வணிகவியல்

மேல்நிலை – முதலாம் ஆண்டு

தீண்டாமை ஒரு பாவச் செயல்

தீண்டாமை ஒரு பெருங்குற்றம்

தீண்டாமை ஒரு மனிதத் தன்மையற்ற செயல்

தமிழ்நாட்டுப்
பாடநூல் கழகம்
கல்லூரிச் சாலை, சென்னை – 600 006.

முதல் பதிப்பு - 2004.

குழுத்தலைவர்
திரு.கோ.ஏழுமலை
துறைத்தலைவர்
முதுநிலை பட்ட வணிகவியல் துறை
அரசு கலைக் கல்லூரி
சேலம் - 636 007.

நூலாசிரியர்கள்

1. திரு.சி.தனபால்
தேர்வுநிலை வணிகவியல்
விரிவுரையாளர்
சேலம் சௌடேஸ்வரி கல்லூரி
சேலம் - 636 010.

2. திரு.எம்.பி.மகேஷ்
விரிவுரையாளர்
வணிகவியல்துறை
அண்ணாமலை பல்கலைக்கழகம்
அண்ணாமலை நகர் - 608 002.

3. திரு.எஸ்.சிவானந்தம்
முதுநிலை வணிகவியல் பட்டதாரி ஆசிரியர்
சிவகாசி இந்து நாடார் விக்டோரியா
மேல்நிலைப்பள்ளி
சிவகாசி - 626 123.

4. திருமதி.எம்.பிரேம்குமாரி
முதுநிலை வணிகவியல் பட்டதாரி ஆசிரியர்
ஜெய்கோபால் கரோடியா அரசு பெண்கள்
மேல்நிலைப் பள்ளி, சைதாப்பேட்டை
சென்னை - 600 015.

நூலாய்வாளர்கள்

1. முனைவர்.எஸ்எம்.சொக்கலிங்கம்
பேராசிரியர் மற்றும் வணிகவியல்
துறைத் தலைவர்
தொலைதூர கல்வி இயக்ககம்
அண்ணாமலை பல்கலைக்கழகம்
அண்ணாமலை நகர் - 608 002.

2. முனைவர்.வெ.மூர்த்தி
இணைப் பேராசிரியர்
வணிகவியல் துறை
அரசு கலைக்கல்லூரி
சேலம் - 636 007.

3. திரு.எ.பாலகங்காதரன்
தேர்வுநிலை வணிகவியல்
விரிவுரையாளர்
டி.பி.ஜெயின் கல்லூரி
தொரப்பாக்கம்
சென்னை - 600 090.

விலை : ரூ.

இந்நூல் 60 ஜி.எஸ்.எம். தாளில் அச்சிடப்பட்டுள்ளது.

அச்சிட்டோர் :

முன்னுரை

உயர்மாற்றத்துடன் புதுப்பிக்கப்பட்ட பாடத்திட்டத்தை ஒட்டி, இந்நூலானது பதினோராம் வகுப்பு வணிகவியல் மாணாக்கர்களுக்கு ஏற்ப எழுதப்பட்டுள்ளது. அறிவியல் மற்றும் தொழில்நுட்பதுறையில் ஏற்பட்ட கடும் மாற்றங்களினால், அவை வணிகவியலில் ஏற்படுத்திய தாக்கமானது, இந்நூலில் புதுமையான தலைப்புகளைச் சேர்க்க வேண்டிய தேவையை ஏற்படுத்தியுள்ளது.

புதிய வளர்ச்சியில் மேலும் அறிவை வளர்த்துக்கொள்ளவும் அதனை ஆசிரியர்கள் கற்பிக்கவேண்டியும் உள்நாட்டு வணிகம், பன்னாட்டு வணிகம், போக்குவரத்து மற்றும் பொருட்கிடங்குகள் பற்றிய இயல்கள் விரிவாக ஆராயப்பட்டுள்ளன.

வங்கிகளும் காப்பீட்டுக்குழுமங்களும் மேற்கொள்ளும் புதிய முறைகளை மாணாக்கர்களுக்குத் தெரிவிப்பதற்காக, அண்மைக்கால வளர்ச்சிகளுக்கு இயைபுடைய தக்க சான்றுகளுடன் இவ்வியல்களில் விரிவாக எடுத்துரைக்கப்பட்டுள்ளன.

மேலும், நுகர்வோரிடம் விழிப்புணர்வை உருவாக்குவதற்காகவும், வணிகர்கள் மேற்கொள்ளும் தீய வழிமுறைகளிலிருந்து அவர்களைக் காப்பதற்காகவும், விளம்பரம் மற்றும் நுகர்வாண்மை பற்றிய இயல்கள் விரித்துரைக்கப்பட்டுள்ளன.

தாராளமயமாக்கல் கொள்கையினால் வருகைப்புரிந்த அயல்நாட்டுக் குழுமங்கள், பன்னாடுகள் பற்றிய சுருக்கக் குறிப்புகள், உலக வணிக அமைப்பு, மின்-வணிகம், வலைவிளம்பரம், ஏ.டி.எம், கடன் அட்டை ஆகியன பற்றி இந்நூலில் எடுத்தியம்பப்பட்டுள்ளது.

ஏற்ற இடங்களில், அட்டவணைகள், படவரைவுகள் மற்றும் படங்கள் சேர்க்கப்பட்டுள்ளன. இவை, பாடப் பொருளைத் தெளிவாக உணரப் பயன்படுவனவாகும்.

புதிய இயல்களைக் கற்பிக்கும் போது நமது ஆசிரியர்களுக்குச் சில மேல் முயற்சிகள் தேவைப்படுகின்றன என எண்ணுகிறோம். ஆசிரியர்கள் இந்நூல் பற்றிய தங்கள் மேலான கருத்துகளையும், அறிவுரைகளையும் அளிக்குமாறு வேண்டுகிறோம்.

மாணவர்கள் தேர்வுக்கு ஆயத்தப்படுத்திக்கொள்ளும் போது, தன்மதிப்பீட்டில் கொடுக்கப்பட்டுள்ள வினாக்கள்/கணக்குகளோடு மட்டும் அமைந்துவிடக்கூடாது. முழுப்பாடத்திலிருந்தும் வினாக்களுக்கும், கணக்குகளுக்கும் விடைதருவதற்கு அவர்கள் தம்மை ஆயத்தபடுத்திக்கொள்ள வேண்டும்.

மாணாக்கர்களின் அறிவினை வளர்க்கத்தக்க வகையில், இந்நூலானது பொருளடக்கத்திலும் தரத்திலும் செழுமையானதாக இருக்கிறது என நம்புகிறோம்.

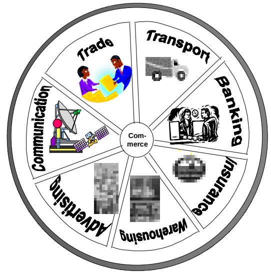
குழுத்தலைவர்

பொருளடக்கம்

வ. எண்	பாடத்திட்டம்	பிரிவு வேலைகள்
1.	அறிமுகம்	10
2.	உள்நாட்டு வியாபாரம்–சிற்றளவு நிலையிட சில்லறை வியாபார அமைப்புகள்	20
3.	உள்நாட்டு வியாபாரம்–பேரளவு சில்லறை நிலையிட வியாபார அமைப்புகள்	20
4.	பன்னாட்டு வணிகம்	20
5.	போக்குவரத்து	15
6.	பண்டகக் காப்பு	10
7.	வங்கியியல்	20
8.	காப்பீடு	20
9.	விளம்பரம்	15
10.	விற்பாண்மை மற்றும் நுகர்வோரியல்	20
	மொத்தம்	170

பாடம் 1

அறிமுகம்



வணிகச் சக்கரம்

முற்காலத்தில் ஒரு பொருள் மற்றொரு பொருளுக்கு மாற்றாக மாற்றப்பட்டு வந்தது. ஆகவே உற்பத்தி என்பது ஒரு எல்லைக்குட்பட்டு உள்நாட்டு அளவில் இருந்தது. பின்னர் வந்த காலக்கட்டத்தில் மனிதனின் தேவைகள் அதிகரிக்கத் தொடங்கின. ஆகவே உற்பத்தியும் அதிக அளவில் செய்யப்பட்டது. இதன் காரணமாக மக்களின் நாகரிக மற்றும் வாழ்க்கைத் தரத்தில் வளர்ச்சியும் ஏற்பட்டது. நாளடைவில் பொருட்களை பரிமாற்றம் செய்வதில் பணம் இடம் பெற்றதால் பண்டமாற்று முறை கைவிடப்பட்டது. இதனால் வர்த்தக நடவடிக்கையில் வியக்கத்தக்க மாற்றம் ஏற்பட்டது. வர்த்தக நடவடிக்கைகளை தொழிற்சாலை, வணிகம் என இரு பிரிவுகளாகப் பிரிக்கலாம். இங்கே வணிகம் என்பது வியாபாரத்தையும் அதனை சார்ந்த பிற துணைப் பணிகளான போக்குவரத்து, வங்கியியல், காப்பீடு, பண்டகக் காப்பகம், தகவல் தொடர்பு போன்ற பிற நடவடிக்கைகளையும் உள்ளடக்கியது.

பண்டமாற்று வணிகமுறை:

"பணம்" என்ற ஒன்று கண்டறிவதற்கு முன்பு ஒரு பொருள் மற்றொரு பொருளுக்கு மாற்றாக வழங்கப்பட்டு வந்துள்ளது. இதுவே, பண்டமாற்றம் அல்லது பண்டமாற்று வணிகம் எனப்படும். இம்முறை வெற்றிகரமாகச் செயல்பட கீழே குறிப்பிட்ட நடைமுறைப் பணிகள் நிறைவாக அமைந்திருத்தல் வேண்டும்.

(i) ஒவ்வொரு வியாபாரியும் தேவைக்கு அதிகமாகவே பொருட்களை இருப்பில் வைத்திருக்க வேண்டும். அப்பொழுதுதான் அப்பொருளை வாங்கும் நோக்கோடு வரும் நபர்களுக்குத் தேவைப்படும் அளவில் பரிமாற்றம் செய்ய முடியும்.

(ii) இம்முறையில் நேரடி தொடர்பு மிக முக்கியமாகக் கருதப்படும். அப்பொழுது தான் பரிமாற்றம் ஒழுங்காக நடைபெற முடியும்.

(iii) இருபுறத்தாரின் தேவை நாணயத்தின் இருபக்கங்கள் போல இருத்தல் வேண்டும். அப்பொழுதுதான் பண்டமாற்றம் எளிதாக நடந்தேறும். ஒருவர் விரும்புவதை வழங்கி, அவரிடம் உள்ளவற்றை ஏற்றுக் கொள்ளும் பண்பு அந்த இருவரிடமும் இருத்தல் அவசியம்.

பண்டமாற்று வணிகத் தடைகள்:

பணப்பரிமாற்றம் இடம் பெறாமல் ஒரு பொருளைக் கொடுத்து வேறு பொருளைப் பெறும் வணிக முறையே பண்டமாற்று வணிக முறையாகும். இம்முறையில் பற்பல குறைபாடுகள் இருந்தன.

1. இருவருடைய தேவைகள் உடன்பாடில்லாமல் இருத்தல்

இதில் ஈடுபடுவோரின் தேவைகள் ஒத்துப்போக வேண்டியது அவசியமாகும். உதாரணமாக தன்னிடம் உபரியாக அரிசியை வைத்திருக்கும் முருகனுக்கு கணேஷ் என்பவர் வைத்திருக்கும் உபரி கோதுமை தேவைப்படலாம். அதேபோன்று கணேசனுக்கும் முருகனிடம் உள்ள உபரி அரிசி தேவைப்பட வேண்டும் இல்லையென்றால் அவர்களிடம் பண்டமாற்றம் நிகழ்வது இயலாது.

2. பொதுவான அளவைக் குறைபாடும் – மாற்றுப் பொருள் குறைபாடும்

பண்டமாற்று முறையில் நாம் நேரிடையாக ஒரு பொருளைக் கொடுத்து, அதற்குப் பதிலாக மற்றொரு பொருளைப் பெற்றுக் கொள்கிறோம். ஒவ்வொரு மாற்றுப் பொருளுக்கும் தனித்தனி மதிப்பு உண்டு. மதிப்பீட்டில் யாதொரு பொது மதிப்பும் பின்பற்றப் படுவதில்லை.விலை மதிப்பீட்டின்மைக் காரணமாக பொருட்களின் மதிப்பீட்டு ஒப்புமையில் தடைகள் உள்ளன.

3. உற்பத்தியாளருக்கும் நுகர்வோருக்கும் இடையில் இருக்க வேண்டிய நேரடித் தொடர்பின்மை

விற்போரும், வாங்குவோரும் எப்பொழுதும் நேரடித் தொடர்பு கொள்ள சந்தர்ப்பம் ஏற்படுவதில்லை. ஆனால் பண்டமாற்று முறையில் விற்போரும் வாங்குவோரும் நேருக்கு நேராக கட்டாயம் சந்திக்க வேண்டியது அவசியம். இத்தகு சந்திப்பு மிகப் பெரிய சந்தை விற்பனைக் கூடத்தில் எப்பொழுதும் ஏற்படுவது இயலாது.

4. கூடுதல் இருப்பு வைக்க இயலாத நிலைமை

பண்டமாற்று முறையில் தேவைக்கு அதிகமான கையிருப்பு இல்லையெனில்,

அவ்வணிகம் செம்மையாக நடைபெற வழி ஏற்படாது. எனவே கூடுதல் இருப்பு உள்ள இடத்தில் மட்டும் இந்த வணிக முறை வெற்றி பெறும். இது எப்பொழுதும் சாத்தியமாகக் கூடியதன்று.

வணிகச் சரக்குப் பணம்

பண்டமாற்று வணிக முறையில் தோன்றும் மேலே குறிப்பிட்ட நான்கு குறைபாடுகளினால் இயல்பான வணிக நடைமுறை வளர்ச்சிக்கு பலவகைத் தடைகள் தொடர்ந்து உருவாகிக் கொண்டே இருக்கும். இத்தகு தடைகளைப் போக்கப் பேருதவி புரிவது பணம், இடையீட்டார் மற்றும் வணிகமுமாகும். முதலிரண்டு குறைபாடுகள் பணத்தினால் நீக்கப்பட்டு விடும். வணிகரும், வணிக முகவரும் இறுதி இருகுறைபாடுகளை எளிதில் தீர்த்து விடுவர்.

வணிகச் சக்கரம்

இன்றைய நவநாகரிக உலகில் வணிகத்துறையின் சிறந்த வளர்ச்சியின் காரணமாக நாம் உயர்ந்த வாழ்க்கைத் தரத்தை அனுபவித்து வருகிறோம். மகிழ்ச்சியான வாழ்வை அமைத்துக் கொள்ளத் தேவைப்படும் எல்லா பொருட்களையும் வணிகம் வழங்கி வருகிறது.

தேவைப்படும் பொருட்களை உற்பத்தியாகும் இடத்திலிருந்து பெற்று பல்வேறு இடங்களுக்குக் கொண்டு சென்று வியாபார நடைமுறைப் பணிகளுக்குரிய செயல்களை மேற்கொள்வதற்கு வணிகம் என்று பெயர். இந்த வணிகம் என்பது வியாபாரம் மற்றும் அதன் துணைப் பணிகளையும் உள்ளடக்கிய ஒன்றேயாகும். வியாபாரத்தின் துணைப் பணிகள் என்பவை போக்குவரத்து, வங்கி, காப்பீடு, பண்டகச்சாலை, விளம்பரம் மற்றும் தகவல் தொடர்பு போன்றவற்றின் செயல்களையும் குறிப்பவையாகும். பொதுவாக வணிகம் என்பது பணம் செலுத்தி பொருட்களின் பரிமாற்றத்தையும் அவற்றின் தொடர்பாக பெறும் பணிகளையும் குறிக்கக் கூடிய ஒன்றாகும். ஆயினும், இந்த வணிகத்துறை எனப்படுவது மிக அகன்ற பெரும் பிரிவைத் தன்னகத்தே கொண்டு இயங்குவதாகும்.இது பொருட்களின் பரிமாற்றம் மற்றும் அவற்றின் தொடர்பான பணிகளை மட்டும் குறிப்பதன்று. அவற்றோடு தொடர்பு கொண்டுள்ள பொருட்களைத் தடையின்றி விநியோகம் செய்ய உதவும் பிற முகவர் பணிகளையும் குறிப்பதாகும்.

பொருளாதார நடைமுறைப் பணிகளோடு தொடர்புடைய உற்பத்தி, பரிமாற்றம், விநியோகம், பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் நுகர்வு தொடர்பான பணிகளை மேற்கொள்ளும் துறையே வணிகம் எனப்படும்.

வணிகம் – வரைவிலக்கணம்

"பொருட்களின் பரிமாற்றத்தின் பொழுது உருவாகும் ஆள்சார்தடை, இடத்தடை, காலத்தடை போன்றவற்றை அகற்றும் நடைமுறைச் செயல்களில்

ஈடுபட்டு மேற்கொள்ளும் எல்லாக் கூட்டுச் செயல்களைத் தான் வணிகம் என்பர்" இது ஜே.ஸ்டீபென்சன் கருத்தாகும்.

"பொருட்களை வாங்கி விற்கும் நடைமுறைப் பணிகளோடு முடிவுற்ற உற்பத்திப் பொருட்களை, உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து நுகர்வோர் இருப்பிடம் கொண்டு சென்று விநியோகிக்கும் பணிகளே வணிகம் எனப்படும்". இது ஈவ்லின் தாமஸ் கருத்து.

வணிகவியல்

வணிகத்தின் ஒரு பகுதியாகக் கருதப்படுவதே வியாபாரம், வணிகம் மற்றும் வியாபாரம் என்ற சொல் ஒன்றினையே குறிக்கும் என்று சிலர் கூறுவர், ஆனால், அது உண்மையன்று, கீழே குறிப்பிட்டுள்ள பண்பு நலன்கள் வணிகத்தின் இயல்பை புரிந்து கொள்ள உதவக் கூடியவையாகும்.

1) பொருளாதார நடைமுறைகள்

எந்த ஒரு பொருளாதார நடவடிக்கையின் நோக்கமும் இலாபம் ஈட்டுவதேயாகும், வணிகம் என்பது இலாபம் ஈட்டுவதற்கான நோக்கோடு மேற்கோள்ளப்படும் எந்த ஒரு பொருளாதார நடவடிக்கைகளோடும் தொடர்புடையது. சில நடவடிக்கைகள் பொருளியலுடன் இணைந்தும், அதற்கு மாறுபட்டும் இரு வழிகளில் நடைபெறுவதும் உண்டு. ஒரு வணிகர் பொருட்களை வாங்கி விற்கும் பணிகளையே அடிக்கடி செய்து இலாபம் பெறுகிறார். எனவே வணிகம் என்பது எல்லாப் பொருளாதார நடவடிக்கைகளையும் இலாபத்தைப் பெறும் நோக்கோடு மேற்கொள்ளப்படும் அனைத்து நடவடிக்கைகளையும் உள்ளடக்கியது.

2) பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் பரிமாற்றம்

வணிகம் என்பது இலாபத்திற்காக பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் பரிமாற்றத்தை உள்ளடக்கிறது. இந்தப் பொருட்கள் உற்பத்தி செய்யப்படுவதின் நோக்கம் நுகர்வோருக்கு மறுவிற்பனை சேய்வதேயாகும்.

3) பலன் பெறும் நோக்கம்

வணிகத் தொடர்பான நடைமுறைப் பணிகளை மேற்கொள்வதால் பெறும் இலாபமே அப்பணிக்கென கிடைக்கும் பலனாகும். இலாப நோக்கம் அல்லாது செய்யப்படும் எந்த ஒரு செயலும் வணிகத்தின் ஒரு பகுதியாக கருதப்படாது. எடுத்துக்காட்டாக ஒரு வியாபாரி சில பொருட்களை அறக்கட்டளைக்கு அன்பளிப்பாக வழங்கும் பொழுது அவருக்கு அதில் இலாபம் பெறும் நோக்கம் இல்லை. எனவே இது வணிகத்தின் ஒரு பகுதியாக கருதப்பட இயலாது.

4) பயன்பாடுகளை தோற்றுவித்தல்

வணிகம் ஒரு பொருளுக்கு வடிவம், இடம், மற்றும் காலப் பயன்பாட்டை உருவாக்குகிறது. மூலப்பொருட்களை முடிவுப் பொருட்களாக மாற்றுவதன் மூலம் ஒரு

பொருளுக்கு வடிவப் பயன்பாடு கிடைக்கிறது. எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு தச்சர் மரத்தை அறைகலனாக மாற்றி வடிவப் பயன்பாட்டை தருகிறார். உற்பத்தி ஆகும் இடத்திலேயே பொருட்களின் தேவை உருவாகாது.அவை, பல்வேறு இடர்களுக்குத் தேவைப்படும் பொருட்களாகும்.எங்கு அவற்றின் தேவை உருவாகின்றதோடு அங்கு அப்பொருட்கள் கொண்டுச் செல்லப்படும். இதற்குப் போக்குவரத்துச் சாதனங்கள் பெரிதும் உதவுகின்றன.இதுவே இடப்பயன்பாடு எனப்படும். பொருட்கள் பல்வேறு பருவத்திற்குத் தேவைப்படுவதற்கேற்ப தயாரிக்கப்படுகின்றன.தேவைப்படும் பருவகாலத்திற்குரிய பொருட்களை அவ்வப்பொழுது தயாரிக்க இயலாது. அவற்றை முன்னதாகவே தயாரித்து சேமித்து வைத்துக் கொள்ள வேண்டும். நுகர்வோர் தம் விருப்பபப்படித் தம் தேவைகளை எப்பொழுதும் பூர்த்தி செய்ய இம்முறை பெரிதும் உதவும், இத்தகு இருப்பு வசதிகள் தான் காலப் பயன்பாடு எனப்படும்.

5) வணிக நடவடிக்கை ஒழுங்கு

வணிக நடவடிக்கை எப்பொழுதும் வழக்கமாக நடைபெறுவதாக இருக்க வேண்டும்.இதில் மாறுபட்ட அல்லது வேறுபட்ட நடவடிக்கைகள் இடம் பெறக் கூடாது. பழைய அறைகலன்களை பழுது பார்த்து விற்பது வணிக நடவடிக்கைக்கு உட்பட்டதன்று. அதேசமயம் அறைகலன் வியாபாரம் செய்யும் வியாபாரி ஒருவர் அறைகலன்களை விற்பதையே தன்னுடைய வழக்கமாக கொண்டுள்ளதால் அவை வணிக நடவடிக்கைகளே.

வர்த்தகம் – தொழிற்சாலை – வியாபாரம்

வர்த்தகம்

ஒரு மனிதன் மிகுந்த ஆர்வத்துடன் மேற்கொள்ளும் யாதேனும் ஒருசில நடைமுறைச் செயல்களால் இலாபம், பணம், கௌரவம் மற்றும் ஆற்றல் முதலானவற்றைப் பெற நேரிட்டால் அதனையே வர்த்தகம் என அழைக்கின்றோம். பொருளாதாரத்தின் அடிப்படையில் வர்த்தகம் என்ற சொல்லானது யாதேனும் ஒரு பொருளைத் தயாரிப்பதில் மேற்கொள்ளும் முயற்சிகள் மற்றும் அதனால் அதில் ஈடுபடும் மனிதனின் பரிமாற்ற செயல்கள் ஆகியவற்றின் மூலம் இலாபத்தை அடையும் நோக்கம் நிறைந்த பணியையே குறிக்கும். பொருட்களைத் தயாரித்து நுகர்வோர்க்கு இலாபத்தோடு விநியோகிக்கும் முழுப் பணியே வர்த்தகம் ஆகும். ஊதியம் பெற்றுக் கொண்டு பிறர்க்கு செய்கின்ற சேவையும் வர்த்தகமே.

சிறப்புத் தொழில் மற்றும் வேலை என்பவை வணிகத்திலிருந்து மாறுபட்ட தன்மையுடையவை என்பதை அறிதல் வேண்டும். சிறப்புத் தொழில் என்பது வழக்கறிஞர், பொறியாளர் போன்றோர் தனிப்பட்ட முறையில் குறிப்பிட்ட பணிகளைச் சிறப்பாகச் செய்து வருவதேயாகும். அந்தந்த துறையில் அதற்கென நிர்ணயம்

செய்யப் பெற்ற உயர் கல்வித் தகுதிகளை அத்தகையோர் பெற்றிருப்பது அவசியமாகும்.

ஒரு மனிதன் வேலை செய்வதென்பது, வேலை வழங்கியோருடன் செய்து கொண்ட ஒப்பந்தத்தின் அடிப்படையில் நடைமுறை அல்லது குறித்த பணிவிதிகளின் கீழ் தனக்கு ஒதுக்கப்பட்ட பணியை செய்வதேயாகும்.

வர்த்தகத்தின் இன்றியமையாப் பண்பு நலன்கள்

1. மனிதன் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்யும் விதமாக பொருட்களையோ அல்லது சில சேவைகளையோ பணத்திற்காக பரிமாற்றம் செய்வதையோ குறிக்கோளாக கொண்டிருக்கும்.
2. பொருட்களும் அவற்றின் தொடர்பான பணிகளும் உள்ளடங்கிய ஒன்றே வணிகம் என்பது
3. பொருட்களையோ அல்லது சேவைகளையோ பரிமாற்றம் செய்வது என்பது அடிக்கடி நிகழ வேண்டும்.
4. இலாபம் ஈட்டும் நோக்கம் உடையதாக இருக்க வேண்டும்.
5. பல்வேறு இடர்பாடுகளுக்கு வாய்ப்புள்ளதாகவும் அதன் மூலம் மிகுந்த இழப்பு மற்றும் இலாபம் ஈட்டுவதில் நிலையற்ற தன்மைகளை உடையதாகவும் இருக்கும்.

வர்த்தக நடவடிக்கைகளை இரு பெரும் பிரிவுகளாக பிரிக்கலாம்

அ. தொழிற்சாலை ஆ. வணிகம்.

தொழிற்சாலை

தொழிற்சாலை என்பது மூலப்பொருட்களையும், முடிவுற்ற பொருட்களையும் உற்பத்தி செய்வதாகும். தொழிற்சாலை என்ற சொல்லானது வர்த்தகத் தொடர்பான நடைமுறைக் பணிகளையும், பொருட்களைத் தயாரிப்பதிலும் தம்மை ஈடுபடுத்திக் கொள்வதேயாகும். ஒரு தொழிற்சாலையில் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருட்கள் நேரடியாக இறுதி நுகர்வுக்கு வருமானால் அவை நுகர்வுப் பொருட்கள் எனப்படும். (உ.ம்) பற்பசை, சோப்பு, தொலைக்காட்சி பெட்டி.

ஆனால் மற்றொரு தொழிற்சாலை தயாரிக்கக்கூடிய பொருட்களுக்குத் தேவைப்படும் உதிரி பாகங்களைத் தயாரிக்கும். அதனால், அப்பொருள் மூலதனப் பொருட்கள் எனப்படும். (எ.கா) இயந்திரங்கள், உதிரிபாகங்கள்.

தொழிற்சாலைகளை நான்கு வகையாகப் பிரிக்கலாம்

1. பிரித்தெடுக்கும் தொழிற்சாலை.
2. மரபுத் தொழிற்சாலை.

3. கட்டுமானத் தொழிற்சாலை.
4. தயாரிப்பு தொழிற்சாலை.

1. பிரித்தெடுக்கும் தொழிற்சாலை

பூமியிலிருந்து தோண்டி எடுக்கும் பொருட்களைத் தூய்மை செய்து பிரித்தெடுக்கக்கூடிய தொழிற்சாலைகளுக்குப் பிரித்தெடுக்கும் தொழிற்சாலை என்று பெயர். (எ.டு) வேட்டையாடுதல், மீன்பிடித்தல், சுரங்கப் பணிகள்.

2. மரபுத் தொழிற்சாலை

நுகர்வோரின் உபயோகத்திற்காக சில தாவரங்களும், மிருகங்களும் வளர்க்கப்படுகின்றன. இவையே மரபுத் தொழிற்சாலை எனப்படுகின்றன.

(உ.ம்) மீன்வளர்ப்பு, கோழிப்பண்ணை, பன்றி வளர்ப்பு.

3. கட்டுமானத் தொழிற்சாலை

கட்டிடங்கள், பாலங்கள், சாலைகள், அணைகள் முதலானவற்றைக் கட்டத் தேவையான பொருட்கள் தயாரிக்கும் தொழிற்சாலைக்கு கட்டுமானத் தொழிற்சாலை என்று பெயர். இது பிற தொழிற்சாலைகள் தயாரித்து வழங்கும் சிமெண்டு, இரும்பு மற்றும் எஃகு முதலானவற்றைப் பயன்படுத்திக் கொள்ளும்.

4. தயாரிப்பு தொழிற்சாலை

கச்சாப் பொருட்களை அல்லது பாதி முடிவு பெற்றப் பொருட்களை, முடிவுற்ற பொருட்களாக மாற்றக் கூடிய தொழிற்சாலைகளைத் தயாரிப்பு தொழிற்சாலை எனலாம். பருத்தி துணி உற்பத்தி செய்யக்கூடிய ஆலை இதற்கு ஒரு உதாரணமாகும். ஏனெனில் கச்சாப்பருத்தியை, நூாலிழையாகவும் நூலிழையை நல்ல துணியாகவும் இத்தொழிற்சாலை மாற்றுவதால் இதனைத் தயாரிப்புத் தொழிற்சாலை எனலாம். தயாரிப்பு தொழிற்சாலைகளை மேலும் தொடர் தொழிற்சாலை எனவும், ஒன்று திரட்டும் தொழிற்சாலை எனவும் பிரிக்கலாம்.

தொடர் தொழிற்சாலை

இவ்விதத் தொழிற்சாலையில் கச்சாப் பொருட்களைத் தொழிற்சாலையின் ஒருமுனையிலிட்டு, பல்வேறு நிலைகளைக் கடந்து முற்றுப் பெற்றப் பொருட்களாக மாற்றுகின்றன. இத்தொழிற்சாலையில் பொருட்கள் பல்வேறு நிலைகளில் தொடர்ந்து வருவதால் தொடர் தொழிற்சாலை என அழைக்கப்படுகிறது. (எ.டு) ஆடை, காகிதம் மற்றும் சர்க்கரை தயாரிக்கும் தொழிற்சாலைகள்.

ஒன்று திரட்டும் தொழிற்சாலை

இவ்வித தொழிற்சாலை பல்வேறு பொருட்களைச் சேகரித்து, ஒன்றிணைத்து, கடைசி நிலையில் முற்றுப் பெற்றப் பொருட்களாக மாற்றுகின்றன. மோட்டார்வாகனம், மிதிவண்டி, கணிப்பொறி இதற்கு உதாரணங்களாகும்.

வியாபாரம்

வியாபாரம் என்பது பணத்திற்காகப் பொருளை வாங்குவதும், விற்பதுமான பணியைக் குறிக்கும். இதில் வாங்குபவரும் விற்பவரும் ஆகிய இருவரும் இடம் பெற வேண்டும்.

தடைகளும் இடையூறுகளும்

1. ஆள்சார்தடை

உற்பத்தியாளர்கள் எண்ணிக்கையில் மிகக்குறைந்தவர்களே. அவர்கள் ஒரு நூறாயிரம் நுகர்வோர் கூட்டத்திலிருந்து தனித்துப் பிரிந்திருப்பவர்கள். உற்பத்தியாளர்கள் எப்பொழுதும் நேரிடையாக நுகர்வோரின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய இயலாது. எனவே, உற்பத்தியாளரும் நுகர்வோரும் ஒருவருக்கொருவர் அறிமுகம் செய்து கொள்ளும் சந்தர்ப்பம் ஏற்பட வாய்ப்பே கிடையாது. இந்தக் குறைபாடே ஆள்சார் தடை எனப்படும். ஆனால் நடைமுறையில் நாம் இக்குறைபாட்டை உணர்வதில்லை. தொழில் வல்லுநர் மற்றும் தொழில்முறை இடைநிலையாளர்கள் வணிகப் பொருட்களை வாங்கும் மற்றும் விற்கும் நடைமுறைப் பணிகளில் நேரிடையாக ஈடுபட்டுள்ளனர். அவர்களே உற்பத்தியாளர்களுக்கும், நுகர்வோர்க்கும் இடையே தேவைப்படும் தொடர்பை ஏற்படுத்தி வருகின்றனர். மொத்த வியாபாரி, சில்லரை வியாபாரி மற்றும் பொருட்களை வாங்கி இருப்பு வைத்துக் கொள்ளும் இடைநிலையாளர்கள் ஆகியோர்தான் நுகர்வோருக்குத் தேவைப்படும் பொருட்களை விற்கவும் விநியோகம் செய்யவும் பல்வேறு இடங்களில் ஏற்பாடு செய்து வருகின்றனர்.

2. இடத்தடை

பொருட்கள் மிகக்குறைந்த ஒரு சில இடங்களில் தான் உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றன.ஆனால், இதனைப் பயன்படுத்த விரும்பும் நுகர்வோரோ நாட்டின் பல்வேறு இடங்களில் வாழ்ந்து வருகின்றனர். உற்பத்தியாளரும், நுகர்வோரும் புவி அமைப்பின்படி தனித் தனியாக இருக்க வேண்டியுள்ளது. இதனைப் போக்க போக்குவரத்து சாதனங்கள் பேருதவியாக உள்ளன. இப்போக்குவரத்து சாதனங்கள் தூரத்தை கடந்து உற்பத்தி பொருட்களை நுகர்வோர் இடத்தில் கொண்டு சேர்க்கின்றன. எடுத்துக்காட்டாக திருப்பூரில் உற்பத்தியாகும்

உள்ளாடைகள் உலகெங்கும் உள்ள நுகர்வோருக்கு கொண்டு செல்லப்படுகின்றன. நெல்லூர் அரிசி போக்குவரத்துச் சாதனங்களால் சென்னைவாழ் நுகர்வோர்க்கு எளிதாகக் கிடைத்து வருகிறது. ஒரு பொருள் நுகர்வோர் வாழும் இடங்களில் கிடைப்பது அரிது என்ற நிலை ஏற்பட்டால். அப்பொருள் பயன்பாடு இன்றி மறைந்தே போய்விடும். நுகர்வோரின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்யவும் விரைவில் பொருட்களின் விநியோகம் நடைபெறவும் போக்குவரத்துச் சாதனங்கள் பெரிதும் உதவி வருகின்றன. இவை உலகில் உள்ள எல்லா இடங்களுக்கும் தொடர்புகளை ஏற்படுத்துவதன் மூலம் உலகின் எப்பகுதியிலும் உள்ள நுகர்வோர் தங்களுக்கு தேவையான பொருட்களை பெற்றுக் கொள்ள வழிவகை செய்கின்றன.

3. காலத் தடை

ஒரு குறிப்பிட்ட பருவ காலத்தில் மட்டுமே உற்பத்தியாகும் சில பொருட்களுக்கு ஆண்டு முழுவதும் தேவை ஏற்படும். எடுத்துக்காட்டாக, உணவு தானியங்கள், பருத்தி முதலானவை குறிப்பிட்ட காலங்களில் விளைவிக்கப்பட்டு ஆண்டு முழுவதும் நுகரப்படுகின்றன. ஒரு சில பொருட்கள் குறிப்பிட்ட பருவகாலங்களில் தான் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. ஆனால், அதற்கு முன்பே தயாரிக்கப்பட்டு மிகுதியாக இருப்பு வைத்துக்கொள்ளப்படுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக கம்பளி ஆடைகள், குடைகள், மழை அங்கி போன்றவை மழை காலங்களில் மட்டுமே பயன்படும். ஆனால் அவை ஆண்டு முழுவதும் உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றன. உற்பத்திப் பொருட்கள் நுகர்வுக்குத் தேவைப்படும் பொழுதும், வாங்க விரும்பும் பொழுதும் கிடைக்க வேண்டும். இத்தேவையைப் பூர்த்தி செய்ய பண்டகங்கள் பெரிதும் உதவி புரிகின்றன. இதனால் நுகர்வோரின் தேவைகள் எப்பொழுதும் பூர்த்தி செய்யப்படுகின்றன. பொருட்களுக்கான தேவையோ, தட்டுப்பாட்டையோ நீக்கும் விதத்தில் முன்கூட்டியே இங்கு சேகரித்து வைத்துக் கொள்வதன் மூலம் காலத் தடையை நீக்கும் காரணியாக பண்டகங்கள் விளங்குகின்றன.

4. இடர்பாட்டுத் தடை

ஒரிடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்திற்கு இருப்பு வைக்க கொண்டு செல்லும் போதோ, இருப்பு வைத்திருக்கும் போதோ பொருட்களுக்கு சேதம் ஏற்பட வாய்ப்பு உண்டு. தீப்பிடித்தல், புயல் போன்ற பல்வேறு வகையான இயற்கைச் சீற்றங்கள் மற்றும் விபத்துக்கள் ஏற்படுவதாலும் இழப்பு ஏற்படுகின்றன. இவ்விதத் தடைகள் காப்பீட்டின் மூலம் நிவர்த்தி செய்யப்படுகின்றன.

5. அறிவுசார் தடை

சந்தை நிலவரங்களை பற்றித் தெரிந்து கொள்ள முடியாததால் நுகர்வோர்

மிகச் சிறந்த பொருட்களை வாங்க முடியாமல் போய்விடக் கூடும். இதை அறிவுசார் தடை என்று கூறலாம். விற்கப்படும் பொருட்கள் பற்றிய செய்திகளை அறிந்து கொள்ளும் திறன் பெறாததால் சரியான முறையில் தேர்வு செய்து பொருட்களை வாங்கும் திறனை இழந்து விடுகின்றனர். பொருட்களுக்குரிய சரியான விளம்பரம் மற்றும் விற்பனையாளர் பணி முறையாக அமையாவிடில் இத்தகு குறைபாடுகள் ஏற்படும்.

6. நிதித் தடை

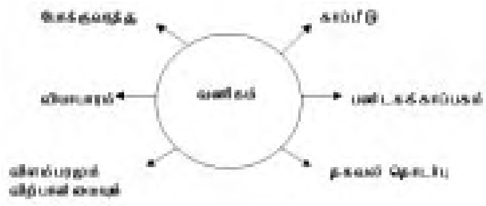
உற்பத்தியாளர் நுகர்வோருக்கு ஏற்றமுறையில் எல்லாப் பொருட்களையும் உற்பத்தி செய்து அனுப்பும் அளவிற்கு நிதி நிலைமை வசதியாக இருத்தல் வேண்டும். எத்தகு தடைகளின்றி தொடர்ந்து உற்பத்தியாளர் பொருட்களை தயார் செய்து சந்தையில் தடையின்றி நுகர்வோர்க்கு கிடைக்க ஏற்பாடு செய்ய வேண்டும். நுகர்வோர் மனநிறைவு பெறுமாறு அவர் தம் தேவைக்கு ஏற்ப இருப்புகள் குறையாத வண்ணம் பொருட்களை வைத்திருந்து வியாபாரம் செய்ய உற்பத்தியாளர்களுக்குத் தேவைப்படுவது நிதி வசதியே, வியாபாரி, நுகர்வோர், பிறவணிகம் தொடர்பான நபர்கள் அனைவர்க்கும் இந்த நிதி நிலைமை சரியாக அமைய வேண்டும். இல்லையேல் வணிகம் பாதிக்கப்படும். உற்பத்திக்கும்; நுகர்வுக்கும் இடையே ஏற்படும் கால இடைவெளியினால் முதல் தொகை முடங்கிப் போய்விடும். நடைமுறை மூலதன தேவைக்காக வங்கிகளும், பிற நிதி நிறுவனங்களும் சில குறிப்பிட்ட விதி முறைகளோடும், தக்க பிணையத்தோடும் வணிகர்களுக்குத் தேவைப்படும் நிதிகளை வழங்கி வருவதால் இத்தகு நிதிசார்தடை ஏற்படாவண்ணம் தவிர்க்கலாம்.

வணிகத்தின் உட்பிரிவுகள்

உற்பத்தி பொருட்களை அல்லது சேவைகளை தயாரிப்பாளரிடமிருந்து நுகர்வோருக்கு பரிமாற்றம் செய்யும் பணியில் அமையும் நடவடிக்கைகள் அனைத்தையுமே வணிகம் என்ற சொல்லின் உள்ளடக்கலாம். மேற்கண்ட பரிமாற்றத்தில் பல தடைகள் குறுக்கிடுகின்றன. உற்பத்தியாளருக்கும், நுகர்வோருக்கும் இடையே தங்கு தடையற்ற வணிக பரிமாற்றம் நிகழ்வதே வணிகத்தின் குறிக்கோளாகும்.

வியாபாரம், போக்குவரத்து, நிதி, பண்டகம், காப்பீடு, விளம்பரம் முதலானவற்றுள் அவ்வப்பொழுது சில தடைகள் தோன்றக் கூடும். இருப்பினும், இவற்றோடு தொடர்புள்ள சில வணிக நடவடிக்கைகள் தடைகளை நீக்கப் பேருதவியாக இருக்கின்றன.

வணிகமும் அதன் கிளைகளும்



1. வியாபாரம்

மொத்த வியாபாரிகள், சில்லறை வியாபாரிகள் மற்றும் வணிக முகவர்களின் உதவியுடன் வியாபாரம் ஆள்சார் தடையை நீக்குகிறது. பொருட்களின் உரிமையும், உடைமையும் உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நுகர்வோரை சென்று அடைவது கட்டாயமாகும். அப்போது தான் நுகர்வோர் இத்தகு பொருட்களை நுகர முடியும். இந்த பணிகளை வியாபார நிறுவனர்களே சரியாக செய்து முடிக்க இயலும். உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து மொத்த வியாபாரிகள் பொருட்களைப் பெறுகின்றனர். மொத்த வியாபாரிகளிடமிருந்து சில்லறை வியாபாரிகள் அந்தப் பொருட்களைப் பெறுகின்றனர். நுகர்வோர் தத்தம் தேவைகளுக்கேற்ப பொருட்களைச் சில்லறை வியாபாரிகளிடமிருந்து வாங்கிக் கொள்கின்றனர். இவ்வாறு ஆள்சார்தடை நீக்கப்படுகிறது.

2. போக்குவரத்து

போக்குவரத்து இடத்தடைகளை நீக்குகிறது. பொருட்களின் தேவை குறைவாக உள்ள இடத்திலும், அதிக பொருட்கள் உற்பத்தி செய்யப்படலாம். எனவே உபரி பொருட்கள் போக்குவரத்து சாதனங்களின் உதவியோடு தேவை உள்ள இடங்களுக்கு கொண்டு செல்லப்படுகின்றன. இதன் மூலம் அப்பொருட்களுக்கு நாம் இடப்பயன்பாட்டை உருவாக்குகிறோம். இடப்பயன்பாட்டு முறையால் உற்பத்தியாளர் உற்பத்தியை அதிகப்படுத்தி தன் வருவாயை பெருக்கிக் கொள்கிறார். இத்தகு உற்பத்திப் பொருட்களின் சரியான விநியோகத்தால் நுகர்வோர் தேவை நிறைவேறுகிறது. சாலை, இரயில், கடல், வான் போன்ற பல்வேறு வகையான போக்குவரத்து சாதனங்கள் வாணிகம் மற்றும் தொழில் வளர்ச்சிக்கு உறுதுணையாக உள்ளன. அதே சமயம் பொருட்களின் தேவையை பொறுத்து ஒரு உற்பத்தியாளர் எந்த அளவு வேண்டுமானாலும் உற்பத்தி செய்யவும் இயலும்.

3. பண்டகக்காப்பகம்

காலத்தடையை பண்டகக்காப்பகம் நீக்கிவிடும். பருத்தி, சணல், உணவு தானியங்கள், சர்க்கரை முதலான பொருட்களின் உற்பத்தி சில குறிப்பிட்ட பருவகாலங்களில் தான் செய்யப்படுகின்றன. ஆனால் அவற்றின் தேவை ஆண்டு முழுவதும் இருக்கும். ஆண்டு முழுவதும் இப்பொருட்கள் தடையின்றி கிடைக்கப் பண்டகக்காப்பகம் தேவைப்படுகிறது. சில பொருட்கள் சில குறிப்பிட்ட பருவகாலங்களில் மட்டுமே பயன்படுத்தப்படுகின்றன. கம்பளித் துணிகள் பனிக்காலத்திலும், மழைஅங்கி மற்றும் குடைகள் மழைக்காலத்தில் பயன்படுத்தும் பொருட்கள் ஆகும். இத்தகு பொருட்கள் அந்தப் பருவகாலங்கள் வருவதற்கு முன்னதாகவே தேவைக்கு அதிகமாகவே தயாராக இருப்பு வைத்துக் கொள்ள வேண்டியது இன்றியமையா பணியாகும். இத்தகு நடைமுறைப் பணிகள் பண்டகக் காப்பகத்தின் உதவியோடு தான் நிறைவேற்றப் படுகின்றன.

4. வங்கிப் பணிகள்

நிதிப் பற்றாக்குறை எப்பொழுதும் உருவாகக் கூடிய ஒன்றுதான். எப்பொழுதும் பொருட்களின் உற்பத்திக்கும், நுகர்வுக்கும் இடையே மிகுதியாக காலஇடைவெளி ஏற்படுவது இயல்பே. இத்தகு பொருட்கள் நுகர்வோரிடம் விற்ற பிறகே அத்தகு பொருட்களுக்குரிய பணம் கிடைக்கக்கூடும். இக்கால இடைவேளையில் வணிகத்தை தொடர்ந்து நடத்த வணிகர்களுக்கு நிதி தேவைப்படுகிறது. இந்நிதித் தேவைகளை பற்பல வணிக வங்கிகளும் நிதி நிறுவனங்களும் பூர்த்தி செய்து வருகின்றன.

5. விளம்பரமும் விற்பான்மையும்

நுகர்வோர் சந்தையில் கிடைக்கும் பல்வகைப்பட்ட பொருட்களைப் பற்றிய எல்லா விபரங்களையும் அறிந்து வைத்திருப்போர் எனக் கூற இயலாது. நுகர்வோரின் வாங்கும் திறன் வளராமல் தடுக்கும் நிலையைப் பெரிதும் வளர்ப்பது அப்பொருட்களைப் பற்றிய செய்திகளை அறிய இயலாதிருப்பதே ஆகும். உற்பத்தியாளரும் பெருமளவு நுகர்வோரை அடைவதையே விரும்புவார். இதற்கு விளம்பரமும், விற்பான்மையும் பெரிதும் உதவி செய்கின்றன. நுகர்வோர்க்குப் பொருட்கள் தொடர்பான எல்லாச் செய்திகளையும், அவற்றின் சிறப்புகளையும், கிடைக்கும் இடங்களையும், பயன்படுத்தும் முறைகளையும் தொலைகாட்சி, வானொலியின் பண்பலை ஒலிபரப்பு, இணையம் போன்ற சாதனங்கள் மூலம் தொடர்ந்து விளம்பரம் செய்து நுகர்வோர்க்கிடையே விழிப்புணர்ச்சி ஏற்படுத்துகின்றன.

6. காப்பீடு

ஓரிடத்திலிருந்து மற்றோர் இடத்திற்கு போக்குவரத்து சாதனங்கள் மூலம் பொருட்களைக் கொண்டு செல்லும் போது தீப்பிடித்தல் மற்றும் திருட்டு போன்றவற்றால் இடர்பாடுகள் ஏற்பட வாய்ப்புண்டு. இந்த இழப்புகளால் வியாபார வளர்ச்சியில் பல தடைகள் ஏற்படக் கூடும். இவ்வகை இடர்பாட்டினை காப்பீட்டு நிறுவனங்களிடம் காப்பீடு செய்வதன் மூலம் மட்டுப்படுத்திக் கொள்ள முடிகிறது. இத்தகு காப்பீட்டுத் திட்டங்களால் தேசிய வணிகம் மட்டுமன்று, உலக வணிகமும் பற்பல நன்மைகளைப் பெற்றுத் தம்மைக் காத்துக் கொள்ள இயலும்.

7. தகவல் தொடர்பு

விற்போரும், வாங்குவோரும் மொத்த வியாபார நிலையிலும், சில்லறை வியாபார நிலையிலும் தத்தம் வணிகச் செய்திகளைத் தம்முள் பரிமாறிக் கொள்ள யாதேனும் சில சாதனங்களை எதிர்பார்த்திருக்க வேண்டியுள்ளது. உற்பத்தியாளர் தத்தம் உற்பத்திப் பொருட்களைப் பற்றி நுகர்வோருக்கு அவ்வப்பொழுது தெரிவித்து வர வேண்டியுள்ளது. வாங்குவோர் தாம் விரும்பும் பொருட்களைப் பெற்றுக் கொள்ள விற்போருக்கு உரிய முறையில் தெரிவிக்க வேண்டியுள்ளது. அஞ்சல் நிலையம், தனியார் கூரியர் சர்வீஸ், ஃபேக்ஸ், தொலைபேசி, செல்போன் போன்றவை இத்தகு செய்திப் பரிமாற்றங்களுக்குப் பெரிதும் உதவி வருகின்றன.

வாணிபமும் வியாபாரமும்

வாணிபம் மற்றும் வியாபாரம் ஒன்றுக்கொன்று தொடர்புடையதாகும். அவை ஒரே பொருளைத் தரக் கூடியவை அன்று. வாணிபம் என்ற சொல் வியாபாரம் என்ற சொல்லைவிட விரிவான பொருளைத் தருவதாகும். வியாபாரம் என்பது பொருட்களை வாங்குவதும், விற்பதும் ஆகும். ஆனால் வாணிபம் என்பது இத்தகு பணிகளைச் செய்வதோடு கூட, இதன் தொடர்பான எல்லா நடைமுறைப் பணிகளையும் நன்முறையில் செய்து, எப்பொழுதும் பொருட்கள் தடையின்றி கிடைப்பதற்கான ஏற்பாட்டினைச் செய்து உற்பத்தியாளருக்கும், நுகர்வோருக்கும் இடையில் நல்லுறவு வளரும் பணியை செய்து வருவதாகும்.

வியாபாரம் என்பது பொருட்களை வாங்குவதும் விற்பதுமாகும். ஒரு வியாபாரி பொருட்களைத் தன் சொந்த உபயோகத்திற்காக வாங்காமல், பிற வியாபாரிகளுக்கு விற்கும் நோக்கோடு அப்பொருட்களை வாங்குகிறார். இத்துடன் நுகர்வோர்க்கும் லாபத்தோடு விற்கும் நடைமுறைப் பணியையும் மேற்கொள்வது வியாபாரத்தின் நோக்கமாகும். உற்பத்தியாளருக்கும், நுகர்வோருக்கும் இடையில் நின்று இருவருக்கும் நல்லுறவு ஏற்படுத்தும் நடைமுறைப் பணிகளைச் செய்து வருபவர்கள் வியாபாரிகளே.

வியாபாரம் – வர்த்தகம் – தொழிற்சாலை வேறுபாடுகள்

m bggil NtWghL	tpahghuk;	thjjfk;	njhopwrhiy
1.nghUs;	,/J nghUlfs; thqFtJk; tpwgJk;M fpa gz pfNshL njhlhGila J	,/J jahhgjjy; nghUs; ghpkhwwk; eilKiwg; gz pfs; M fpatwNwhL njhlhGila vyyh gz pfisAk; nraJ tUtJ.	,/J %yg; nghUlfis J}aik nraJ eyy KbTwW nghUsfshf jahhgjJ njhlhGss$ gpw njhopwrhiyfS fF toqFfpwJ.
2.Kjy;	,jpy; thz pgjijf fhlbY k; Fiwej msNt %yjdk; NjitggLk;	,jpy; Nkwnfhs$ k; thz pgjjpwNfw; g%yjdk; kpFjpahfj; NjitggLk;	,jpy;kpf mjpfkhf %yjdk; NjitggLk;
3.Nehffk;	nghUlfis thqfptpwgNj ,jDila Nehffk;	,J ,yhg NehfNfhL nghUlfis c wgjjpkwWk; ghpkhwwjjpy; <Lglt nrhjJffis NrhggNj ,jd; Nehffk;	njhlffepiy jahhpgGfS fFj; Jiz GhpAk; nghUlfis KiwgLjJtJk; m jd;njhlhghd gz pfis nraJtUtjhFk;
4.,lhghL	NjitNfwg nghUlfsp d; tpiyiaf; FiwggJk;> m jpfhpggJk; ngUk;,lh; tfpfFk;	,lhghLfs; vgnghO Jk; c z L.vdNt ,yhgk; epiyawwJ.	kwW ,uz il fhlbY k;,lhghLfs; kpfkpf mjpfk;

வணிகத்தின் முக்கியத்துவம்

ஒவ்வொரு மனிதனும் வசதியான மற்றும் மகிழ்ச்சியான வாழ்வை விரும்புகிறான்.ஒவ்வொரு தேசமும் சிறந்த வாழ்கைத் தரத்தை அடைய விரும்புகிறது. இவ்விரண்டுமே குறைந்த விலையில் அதிக அளவில் உற்பத்தி செய்யும் பொழுது சாத்தியமாகும். அத்துடன் உற்பத்தி மையத்திலிருந்து நுகர்வோர் மையத்திற்குத் தேவையான பொருட்கள் தடையின்றி கிடைக்க வழி வகுக்கும். நாடுகளுக்கிடையே தடையின்றி தொடர்ந்து பொருட்கள் கிடைத்துக் கொண்டே இருக்குமானால் உலகச் சந்தையில் பல்வகை வணிக சரக்கிற்கு சமமான விலை அமையக் கூடும். தாராளமான வியாபாரத் தொடர்பு பல்வேறு நாட்டு மக்களிடையே உருவாகுமேயானால், ஒரு நாட்டைச் சார்ந்தார் பிறநாட்டு மக்களின் பண்பாட்டையும்

நாகரிகத்தையும் அறிந்து கொள்ள வழி ஏற்படும். இதன் விளைவாகப் பன்னாட்டு அளவில் பண்பாட்டு ஒருமைப்பாடு ஏற்படும்.

ஈ–வணிகம் (மின்னணு வணிகம் அல்லது மின்வணிகம்)

ஈ–வணிகம் என்பது மின் அணு வணிகம் ஆகும். செய்தித்துறையின் இணையம் (Internet) மூலமாக நுகர்வோருடன் நேரடியாக வணிகத் தொடர்பு கொள்வதையே ஈ வணிகம் என்பர்.

மின் அணு வணிகம் புதிய வழியில் வணிக நடைமுறைக்கு வழிவகுத்து செயல்பட ஊக்கமளிக்கிறது. இது வணிக நிறுவனங்களுக்கு கிடைத்த நேரத்தைத் தக்கவாறு பயன்படுத்தி சந்தையிடுதலில் கீழ்கண்டவாறு பயன்படுகிறது.

1) தங்களுடைய நுகர்வோரைப் பற்றிய எல்லா விபரங்களையும் அறிந்து கொள்ள உதவுகிறது.

2) தங்களுடைய விநியோகப் பணிகளின் வாயிலாக தேவைகளைக் கண்டறிந்து வணிகத்தை வளர்த்துக் கொள்ள உதவுகிறது.

வினாக்கள்

I சரியான விடையை தேர்ந்தெடுத்து அடைப்பு குறிக்குள் எழுதுக:

1. வணிகம் எதனோடு தொடர்புடையது -----
   (அ) பொருட்களின் உற்பத்தி (ஆ) பொருட்களின் பரிமாற்றம்
   (இ) வேலைவாய்ப்பைத் தோற்றுவிப்பது (ஈ) பணிகளைத் தோற்றுவிப்பது
   விடை: ஆ
2. வணிகம் -------- கிளையே.
   (அ) வியாபாரம் (ஆ) வங்கிப்பணி
   (இ) தொழில்துறை (ஈ) பொருளாதாரத்தின்
   விடை: ஈ
3. வியாபாரத்தின் அடிப்படை நோக்கம் -----
   (அ) இலாபம் பெறுவது (ஆ) பணியாளருக்கு உதவுவது
   (இ) சமூகத்திற்கு உதவுவது (ஈ) வியாபாரிகளுக்கு உதவுதல்
   விடை: அ

4. மூலப்பொருளை முடிவுற்ற பொருளாகத் தயாரிக்கும் பணியை மேற்கொண்டுள்ள தொழிற்சாலை -----
(அ) கட்டுமான தொழிற்சாலை (ஆ) மரபு வழித் தொழிற்சாலை
(இ) உற்பத்தி தொழிற்சாலை (ஈ) பிரித்தேடுக்கும் தொழிற்சாலை
விடை: இ

5. உற்பத்தியாகும் இடத்திலிருந்து நுகர்வோர் வரை பொருட்களை கொண்டு செல்லும் முறைக்கு -----
(அ) காலப்பயன்பாடு (ஆ) இடப்பயன்பாடு
(இ) வடிவப் பயன்பாடு (ஈ) பணிப்பயன்பாடு
விடை: ஆ

II பூர்த்தி செய்க:

1.----- ஒரு மாற்றுப் பொருளாகப் பயன்படுத்தாது பொருட்கள் மட்டும் பரிமாற்றம் செய்யப்படும் வணிக முறைக்கே பண்டமாற்று முறை எனப் பெயர். (பணம்)
2.இடத்தடையைப் போக்க உதவுவது ------- (போக்குவரத்து)
3.பண்டகசாலை வசதி ------- பயன்பாட்டினை வளர்க்கும். (காலப்)
4.வர்த்தக நடைமுறைப் பணிகள் ------- மற்றும் ------- என இருவகையாகப் பிரிக்கப்படும். (தொழிற்சாலை, வணிகம்)
5.வியாபாரிகள் உற்பத்தியளாருக்கும் நுகர்வோருக்கும் இடையே ------ செயல்படுவர். (இடையீட்டாளராக)
6. ஈ. வணிகம் என்பது ------ எனக் குறிக்கப்படும். (மின் அணு வணிகம்)

III பொருத்துக:

1. பண்டமாற்று முறை	–	அ. காப்பீடு
2. இடர்பாட்டுத் தடை	–	ஆ. மின் அணு வணிகம்
3. ஈ வணிகம்	–	இ. விளம்பரம்
4. தொழில்	–	ஈ. பொருளுக்கு வடிங்கும் மாற்றுப் பொருள்
5. அறிவுசார் தடை	–	உ. பணி

விடை: 1 (ஈ). 2 (அ). 3 (ஆ). 4 (உ). 5 (இ).

IV சிறு வினாக்கள்

1. வணிகத்தை வரையறுக்க.
2. பண்டமாற்று முறை என்றால் என்ன?
3. வியாபாரத் துணைப் பணிகளை பட்டியலிடு.
4. நிதிசார் தடை என்பது யாது?
5. வியாபார நடைமுறைப் பணிகளுக்கு தகவல் தொடர்பு எவ்வாறு உதவுகிறது?
6. வர்த்தகம் என்ற சொல்லினை விளக்குக.
7. வணிகம் மற்றும் வியாபாரம் என்பவை ஒன்றோடொன்று தொடர்புடையவை. விளக்குக.
8. தற்கால வாழ்வில் வணிகம் பெறும் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.
9. ஈ வணிகம் என்பது யாது?

V பெரு வினாக்கள்

1. பண்டமாற்று முறையில் உள்ள இடையூறுகள் யாவை?
2. தொழிற்சாலையின் நடைமுறைப் பணிகளில் இடம் பெற்றுள்ள பரந்த பிரிவுகள் யாவை?
3. வர்த்தகம் என்ற சொல்லிற்கு விளக்கம் தந்து அதன் முக்கிய பண்புகளைக் குறிப்பிடுக.
4. வர்த்தக நடவடிக்கைகளின் பிரிவுகள் யாவை?
5. வர்த்தகம் – வியாபாரம் மற்றும் தொழிற்சாலை இவற்றுள் உள்ள வேறுபாட்டை விளக்குக.

VI கட்டுரை வினாக்கள்

1. வணிகத்தின் உட்பிரிவுகள் யாவை?
2. வணிகத்தின் தடைகள் யாவை? அவை எவ்வாறு நீக்கப்படுகின்றன?
3. வணிகத்தின் இயல்புகளை விளக்குக.

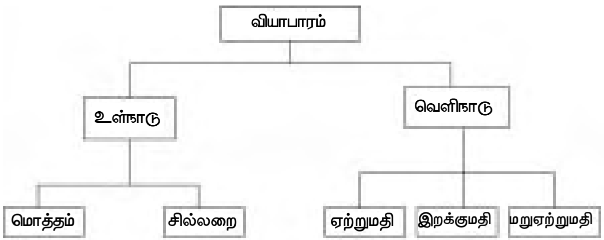
பாடம் 2

உள்நாட்டு வியாபாரம்–சிற்றளவு நிலையிட சில்லறை வியாபார அமைப்புகள்

ஆள்சார் தடைகள் அனைத்தும் நீக்கப்பட்டு சிறப்பாக நடைபெறும் வணிக நடைமுறைப் பணிகளைத்தான் வியாபாரம் என்கிறோம். எனவே ஆள்சார் தடைகள் நீக்கப்பட்ட வியாபாரமே வணிகத்தின் ஒரு கிளையாகக் கருதப்படுகிறது. உற்பத்தியாளருக்கும் நுகர்வோர்க்கும் இடையே யாதொரு தொடர்பும் ஏற்படாத நிலையே இத்தகு தடைகள் தோன்ற காரணமாயிருக்கிறது. வியாபார நடவடிக்கைகள் இந்த இருவரையும் இணைக்கும் விதத்தில் அமைதல் வேண்டும். உற்பத்தியாளர்க்கும் நுகர்வோருக்கும் இடையே சில இடைநிலையர் இருந்து வணிகச் சரக்கின் பரிமாற்றத்திற்கு அதிகம் உதவி செய்து வியாபாரம் நன்றாக நடைபெற வழி வகுக்கின்றனர் எனலாம்.

வியாபாரம் இருவகையாகப் பிரிக்கப்படுகின்றன

1. உள்ளூர்/உள்நாடு/சொந்த வியாபாரம்
2. வெளியூர்/வெளிநாடு/பன்னாட்டு வியாபாரம்



உள்நாட்டு வியாபாரம்

ஒரு குறிப்பிட்ட நாட்டின் எல்லைக்குள் நடைபெறும் வியாபாரமே உள்நாட்டு வியாபாரம் எனப்படும். நாட்டிற்குள்ளேயே பொருட்களை வாங்குவதும், விற்பதுமான பணிகளை இது மேற்கொள்ளும். இந்த வியாபாரத்தில் வாங்குபவரும், விற்பவரும் ஒரே நாட்டைச் சார்ந்தவராக இருப்பர்.

(உ–ம்) ஆந்திர பிரதேசத்தில் விளையும் மாம்பழம் தமிழ் நாட்டில் விற்கப்படுகிறது. பஞ்சாப்பில் விளையும் கோதுமை தமிழ் நாட்டில் விற்கப்படுகிறது.

உள்நாட்டு வியாபாரம் இரு முக்கிய உட்பிரிவுகளைக் கொண்டுள்ளது. அவை மொத்த வியாபாரம் மற்றும் சில்லறை வியாபாரம் ஆகும்.

மொத்த வியாபாரம் என்பது பொருட்களை உற்பத்தி செய்பவரிடம் மொத்தமாக வாங்கி சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு குறைந்த அளவில் விற்கும் நடைமுறை வணிகச் செயலாகும். சில்லறை வியாபாரம் என்பது நுகர்வோருக்கு சிறிய அளவில் பொருட்களை வழங்கும் நடைமுறை வணிகச் செயலாகும்.

வெளிநாட்டு வியாபாரம்

ஒரு நாட்டின் எல்லையைத் தாண்டி நடைபெறும் வியாபாரத்திற்கு வெளிநாட்டு வியாபாரம் என்று பெயர். ஒரு நாட்டிலிருந்து வேறொரு நாட்டிற்கு பொருட்கள் பரிமாற்றம் செய்யப்படுகிறது. இது பொதுவாக மிகப் பெரிய அளவில் நடைபெறும் வியாபாரமாகும்.(உ–ம்) அரபு நாடுகளில் உற்பத்தியாகும் பெட்ரோலியப் பொருட்கள் இந்தியாவில் விற்கப்படுவது.

இறக்குமதி வியாபாரம்

உள்நாட்டு தேவைக்காக வெளிநாட்டிலிருந்து பொருட்களை வாங்குவதே இறக்குமதி வியாபாரம் ஆகும். (உ–ம்) சௌதி அராபியாவிலிருந்து பெட்ரோல் இந்தியாவிற்கு இறக்குமதி செய்யப்படுகிறது.

ஏற்றுமதி வியாபாரம்

உள்நாட்டு உற்பத்திப் பொருட்களை வெளிநாடுகளுக்கு விற்பது ஏற்றுமதி வியாபாரம் ஆகும். (உ–ம்) இந்தியா, இரும்பு மற்றும் எஃகு போன்றவற்றை ஜப்பானுக்கு ஏற்றுமதி செய்கிறது.

மறு ஏற்றுமதி வியாபாரம்

ஒரு நாட்டிலிருந்து பொருட்களை இறக்குமதி செய்து அவற்றை வேறு நாடுகளுக்கு ஏற்றுமதி மூலம் விற்பதே மறு ஏற்றுமதி வியாபாரம் எனப்படும். இந்த வியாபாரத்தை மேற்கொள்ளும் ஒரு நாடு பொருட்களை ஒன்று திரட்டி பிற நாட்டிற்கு வழங்கும் வணிக மையமாகச் செயல்படுகிறது. இத்தகு நாடு தம்மிடம் மிகப் பெரிய பண்டகசாலை பலவற்றை பெற்று விளங்குவதோடு, ஒருங்கிணைத்தல் முதலான சிறப்பு மிக்க பணிகளை மேற்கோண்டு செய்யக்கூடிய வசதி வாய்ப்புகளை பெற்று விளங்கும். (உ–ம்) சிங்கப்பூர்.

உள்நாட்டு வணிகத்தின் விநியோக வழிமுறைகள்

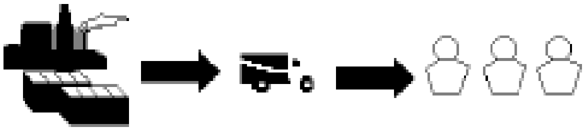
‘வழங்கல்வழி’ என்பதை ஆங்கிலத்தில் ‘சேனல்’ என்ற சொல்லில் குறிப்பது வழக்கம். ‘சேனல்’ என்ற ஆங்கில சொல் ‘கேனல்’ என்ற பிரெஞ்சு மொழியிலிருந்து உருவானது. வழங்கல் வழி என்பது பொருட்களை விநியோகம் செய்யும்

இடைநிலையர்களின் தொடர் பணியை குறிப்பதாகும்.

வழங்கல் வழி என்பது கண்டிஃப் மற்றும் ஸ்டில் ஆகியோரின் கருத்தின்படி 'உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நுகர்வோரின் பயன்பாட்டிற்கென பொருட்களை நேரடியாகவோ மறைமுகமாகவோ அனுப்புவதில் ஈடுபட்டுள்ள அனைத்துமே வழங்கல் வழி ஆகும்'.

அமெரிக்க சந்தையியல் கழக கருத்தின்படி 'ஒருங்கிணைந்த வணிக அமைப்பு மற்றும் பிற வணிக முகவர்கள் வணிகப் பொருட்களையோ, உற்பத்திப் பொருட்களையோ, சேவைகளையோ மொத்தமாகவும், சில்லறையாகவும், சந்தையிடும் நோக்கோடு மேற்கொள்ளும் எல்லாக் கூட்டமைப்புகளும் வழங்கல் வழி எனப் பெயர் பெறும்.

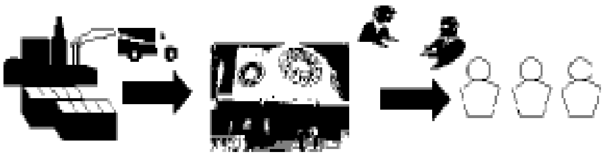
அ) உற்பத்தியாளர் – நுகர்வோர்



உற்பத்தியாளர் ———► நுகர்வோர்

இம்முறையில் உற்பத்தியாகும் பொருட்கள் நேரடியாக நுகர்வோருக்கு விற்பனை செய்யப்படும். இதில் இடைநிலையர்கள் இருக்க மாட்டார்கள். (உ–ம் நேரடி பால் விற்பனை.

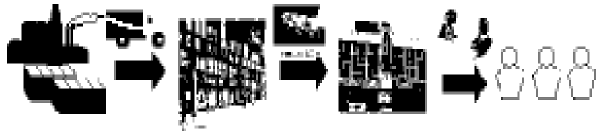
ஆ. உற்பத்தியாளர் – சில்லறை வியாபாரி – நுகர்வோர்



உற்பத்தியாளர் ———► சில்லறை வியாபாரி ———► நுகர்வோர்

இதில் இடைநிலையர்கள் பங்கேற்று உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நுகர்வோருக்கு உற்பத்தியாகும் பொருட்களைச் சில்லறை வியாபாரிகள் மூலம் விநியோகம் செய்வர். இங்கு சில்லறை வியாபாரிகள் உற்பத்தியாளர்க்கும் நுகர்வோர்க்கும் இடையில் தொடர்பை உருவாக்கும் பணியை செய்து வருவர். (உ–ம்) தொலைகாட்சி, கணிப்பொறி விற்பனை மையங்கள்.

இ. உற்பத்தியாளர்–மொத்த வியாபாரி–சில்லறை வியாபாரி–நுகர்வோர்



உற்பத்தியாளர்—►மொத்தவியாபாரி—►சில்லறைவியாபாரி—►நுகர்வோர்

மொத்த வியாபாரி உண்மையான உற்பத்தியாளரை அணுகி, முயன்று பெற்ற பொருட்களை சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு விற்பனைசெய்வர். நுகர்வோர் தத்தம் தேவைகளுக்கேற்ப பொருட்களைச் சில்லறை வியாபாரிகளிடமிருந்து பெற்றுக் கொள்வர்.

வழங்கல் வழியை தீர்மானிக்கும் காரணிகள்

சரியான வழங்கல் வழியை கீழ்வரும் காரணிகள் தீர்மானிக்கின்றன.

1. உற்பத்திக் காரணி
2. சந்தை காரணி
3. நுகர்வோர் காரணி
4. இடைநிலையர் காரணி
5. உற்பத்தியாளர் காரணி

1. உற்பத்திக் காரணி

உற்பத்திப் பொருட்களின் தன்மை மற்றும் வகைகள், வழங்கல் வழியை தீர்மானிக்கின்றன. விலை உயர்ந்த உற்பத்திப் பொருளை நடுத்தர வர்க்கத்தினர் மிகக் குறைந்த அளவிலேயே வைத்திருப்பர். இதனால், இத்தகு பொருட்களை வாங்குவோரின் எண்ணிக்கையும் குறைந்த அளவாகவே இருக்கும். (உ–ம்) ஆட்டோமொபைல் பொருட்கள், அழுகிக் கெடும் பொருட்கள், நடுத்தர வர்கத்தாரிடம்

அதிகம் இருப்பு இருக்காது. ஏனெனில், அவை நுகர்வோரை எளிதாகவும், விரைவாகவும் போய்ச் சேர்வதால், தேவைப்படும் பொழுது தேவையான அளவிற்கு வாங்கிப் பயன்படுத்திக் கொள்வர். (உ–ம்) காய்கறி, பழம். சில பொருட்கள் விற்பனைக்கு மிகுதியாகத் தேவைப்பட்டாலும், நடுத்தர வர்கத்தினர்க்கு இது அதிகம் தேவைப்படாது. (உ–ம்) ரெப்ரிஜிரேட்டர், வாஷிங்மெஷின்.

2. சந்தை காரணி

சந்தையின் தன்மை மற்றும் வகைகள் வழங்கல் வழியை தீர்மானிக்கிறது. அதிக இடங்களில் விற்கப்பட வேண்டிய எந்த ஒரு பொருளுக்கும் நீண்ட வழங்கல் வழி தேவைப்படுகிறது. குறைவான இடங்களில் விற்கப்படும் பொருள்களுக்கு அதிக அளவிலான இடைநிலையர்கள் தேவைப்படுவதில்லை.

3. நுகர்வோர் காரணி

நுகர்வோரின் எண்ணிக்கையும் வழங்கல் வழியை தீர்மானிக்கும் காரணியாக விளங்குகிறது. நுகர்வோர் எண்ணிக்கைக் குறைவாக இருந்து, ஒரு குறிப்பிட்ட மையப் பகுதியில் நுகர்வோர் வாழ்ந்து வருவோராயின் நேரடி வியாபாரம் மிக எளிதாகவும் சிக்கனமாகவும் இருக்கும். நுகர்வோரின் எண்ணிக்கை மிகுதியாக இருந்து பல்வேறு இடங்களில் பரவலாக வாழ்ந்து வருவோராயின், இடைநிலையர்கள் சந்தையிடலுக்குப் பெரிதும் உதவுகின்றனர். நுகர்வோர் மிகுந்த எண்ணிக்கையால் பொருட்களை வாங்க விரும்பும் பொழுது உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நேரடியாகவே வாங்கிக் கொள்ள விரும்புவர்.இதற்கு மாறாக நுகர்வோர் குறைந்த அளவில் வாங்க முற்படும் போது இடைநிலையர்கள் மூலம் வாங்குவதே எளிதானது.

4. இடைநிலையர் காரணி

இடைநிலையருக்கு வழங்கப்படும் விற்பனை கழிவு இடைநிலையர்களை தீர்மானிக்கும் முன்னதாக கவனத்தில் கொள்ளப்பட வேண்டும். ஏனெனில், அவர்களது கழிவுத் தொகை அதிகரிக்க நேரிட்டால் பொருட்களின் விற்பனை விலையும் அதிகரிக்க நேரிடும்.எனவே, இடைநிலையர்கள் நியமனமும் அளவோடுதான் இருக்க வேண்டும். இல்லையெனில் பொருட்களின் விற்பனை விலை உயர்வால், எதிர் விளைவுகள் ஏற்படக்கூடும்.

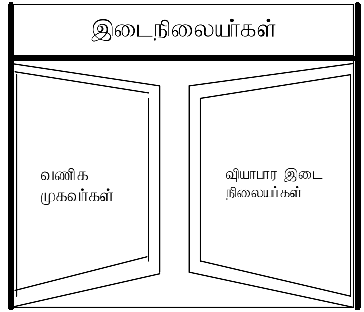
5. உற்பத்தியாளர்

உற்பத்தியாளருக்கு உள்ள நிதி வசதியும் வழங்கள் வழியை தீர்மானிக்கிறது. அதிக அளவில் பொருட்களை உற்பத்தி செய்யும் உற்பத்தியாளர் தானே நேரடியாக சில்லறை விற்பனை நிலையங்களை திறக்க விரும்புவார். அதே சமயம் சிறு உற்பத்தியாளர் இடைநிலையர்களை சார்ந்தே இருப்பார்.

இடைநிலையர்கள்

தொடக்கநிலை உற்பத்தியாளரிடமிருந்து இறுதிநிலை நுகர்வோரிடம் பொருட்கள் சென்று அடையும் வரையில் பண்டங்களின் பரிமாற்றத்தில் ஈடுபட்டுள்ள அனைவருமே இடைநிலையர்கள் ஆவர்.

இத்தகு பரிமாற்றப் பணியில் ஈடுபட்டுள்ள இடைநிலையர்களை இருபெரும் பிரிவுகளாக பிரிக்கலாம்.



அ) வணிக முகவர்கள்.

ஆ) வியாபார இடைநிலையர்கள்.

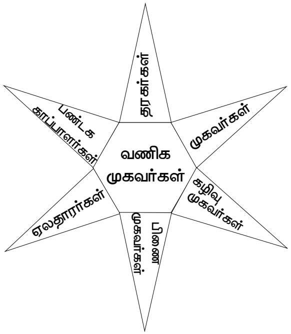
அ) வணிக முகவர்கள்

வணிக முகவர்கள் பணிவழி இடைநிலையர்கள் என்று அழைக்கப்படுகின்றனர். ஒரு வியாபாரி தம்முடைய தொழில் நடவடிக்கைகளை செய்து வருவதற்கென நியமிக்கப்படும் நபர் தான் வணிகமுகவர் என அழைக்கப்படுவார். இயல்பான வியாபார நடைமுறைகளைக் கண்டறிந்து தம்மை முகவராக நியமித்த வியாபாரியின் பிரதிநிதியாக இருந்து, அவரின் சார்பாகப் பொருட்களை வாங்கியும், விற்றும் வருகின்ற பணியை இவர் மேற்கொள்வர். பொருட்களை வழங்கி அவற்றிற்குரிய பணத்தை பெற்றுக் கொள்ளும் உரிமையும் இவர்களுக்கு உண்டு. ஆனால் பொருட்களுக்குரிய உரிமையாளராக உரிமை கொண்டாட இயலாது. பொருட்களின் உடைமையைப் பெற்றிருந்தாலும் உரிமையை பெறுவதில்லை. இவர்கள் செய்து

வரும் பணிகளுக்கென நிர்ணயம் செய்யப் பெற்ற விற்பனையின் மீதான கழிவுத் தொகையை ஊதியமாகப் பெறும் உரிமை மட்டும் இந்த வணிக முகவர்களுக்கு உண்டு.

வணிகமுகவர்களின் வகைகள்

i) தரகர்கள்	ii) தன்பொறுப்பு முகவர்கள்
iii) கழிவு முகவர்கள்	iv) பிணை முகவர்கள்
v) ஏலதாரர்கள்	vi) பண்டககாப்பாளர்கள்



(i) தரகர்கள்

மற்றவர்களுக்காக முன்னின்று பேரம் பேசி வியாபாரத்தை இலாபகரமாக நிறைவேற்றி அதற்கென கழிவு பெறும் நபரையே தரகர் என்பர். அவர்களுக்கு வழங்கப்படும் கழிவு 'தரகு' என அழைக்கப்படும். இரு வியாபாரிகளுக்கிடையே பொருட்களை வாங்கும் அல்லது விற்கும் பணிகளை மேற்கொண்டு பேசிமுடித்து தீர்வுகாண இடைநிலையராக நின்று செயல்படுவதே தரகரின் பணியாகும். இவர் வாங்குபவரையும், விற்பவரையும் ஒருங்கிணைக்கும் பணியை மேற்கொள்பவராவர். இவர் எப்பொழுதும் பொருட்களை தம்மிடம் வைத்துக் கொள்வதுமில்லை. அதன் உரிமையாளராகவும் செயல்படுவதில்லை. ஒப்பந்த முடிவுகளுக்கும், பொறுப்புகளுக்கும் இவர் ஒரு போதும் பொறுப்பாளர் ஆகமாட்டார்.பொருட்களின் முழுமதிப்பிற்குரிய பணத்தை இவர் எப்பொழுதும் பெறமாட்டார்.

(ii) தன்பொறுப்பு முகவர்கள் (Factors)

உற்பத்தியாளர் தம் பொருட்களை விற்பனைச் செய்வதற்கென தம் நோக்கப்படி நியமிக்கும் வியாபார முகவரைத்தான் முகவர்கள் எனப் பெயரிட்டு அழைப்பர். இவர் தாம் பெற்ற பொருட்களின் மீது உரிமை கொண்டாடாத வண்ணம்

உற்பத்தியாளரின் பொருட்களை விற்பனைக்காகத் தம்மிடம் இருப்பு வைத்துக் கொள்வார். இவர் உற்பத்தியாளரின் பெயரை வெளியிடாமல் தம் பெயரால் வியாபாரம் செய்யும் உரிமை பெற்றவர். இவர் தம்மிடம் உள்ள பொருட்களைத் தம் பொறுப்பில் கடனுக்கும் விற்கலாம். நடைமுறையை பின்பற்றி எல்லா வழிகளிலும் வியாபாரத்தைப் பெருக்கும் பணியை மேற்கொள்வார்.இவர் தாம் விற்கும் பொருட்களுக்குரிய பணத்தைத் தாமே பெற்று இரசீது வழங்கும் உரிமை உடையவர். இவரது வியாபார நடவடிக்கைகளுக்கு இவரே பொறுப்பாவார். இவர் தம் ஒப்பந்த வழிமுறைகளுக்கேற்ப சம்மந்தபட்டவர்கள் மீது யாதேனும் ஒரு காரணத்தின் அடிப்படையில் வழக்கு தொடுக்கும் உரிமை உடையவர். தம் பொறுப்பில் உள்ள பொருட்களுக்குரிய சேரவேண்யெ கழிவு முதலான செலுத்தப்படாத தொகையை முறையாக பெருவதற்குரிய நடவடிக்கை எடுக்கும் எல்லா உரிமைகளையும் பெற்றிருப்பவர் ஆவார்.

முகவர்களுக்கும் தரகர்களுக்கும் உள்ள வேறுபாடு.

வ.எண்	தன் பொறுப்பு முகவர்கள்	தரகர்கள்
1.	முதல்வர் ஒருவரால் அவர் சார்பாக வியாபார நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள நியமிக்கப் படுவர் முகவர்ஆவார்.	வாங்குபவரையும் விற்பவரையும் ஒன்று இணைத்து வியாபாரத்தை முடிக்க பேரம் பேசும் நபர் தரகர் ஆவார்.
2.	தம் பெயரிலேயெ செயல்படுவர்.	உரிமையாளர் சார்பாக செயல்படுவர்.
3.	விற்பனைத் தொகையைப் பெற முடியும்.	விற்பனைத் தொகையைப் பெற முடியாது.
4.	இவரது வியாபார முடிவுகளுக்கு இவரே பொறுப்பு ஏற்க வேண்டும்.	இவருக்கு எந்தவிதப் பொறுப்பும் கிடையாது.
5.	ஊதியம் கழிவு எனப்படும்	ஊதியம் தரகு எனப்படும்.
6.	தனக்குச் சேர வேண்டிய கழிவுத் தொகையைப் பெறும் வரையில் தன்னிடம் உள்ள சரக்கின் மீது உரிமை உள்ளவராகிறார்.	அதுபோன்ற உரிமை எதுவும் இவருக்கு இல்லை.
7.	இவர் பொதுப் பணி வழி இடைநிலையர் ஆவார்.	இவர் சிறப்புப் பணி வழி இடைநிலையர் ஆவார்.

(iii) கழிவு முகவர்கள்

தனக்குக் கிடைக்கும் கழிவிற்காக பொருட்களை வாங்கி விற்பவரே கழிவு முகவர்கள் ஆவார். இவர் நுகர்வோருக்கும் பொருளின் உரிமையாளருக்கும் இடையே இடைநிலையராக பணிபுரிகிறார். தன் சேவைக்காக ஒரு குறிப்பிட்ட சதவீதம் கழிவாகப் பெறுகிறார்.

கழிவு முகவர் சந்தை நிலவரர்களைப் பற்றி சிறந்த அறிவு படைத்தவராக இருக்கிறார். தரகர்களைப் போன்று அல்லாமல் தம் சொந்த பெயரிலேயே சரக்குகளை வாங்கி விற்பதால் இவர்கள் தரகர்களை விட மேம்பட்டவர்களாக கருதப்படுவார்கள். அத்துடன் இவர்கள் விற்பனை விலையையும், விற்கும் வழிமுறைகளையும் பற்றி முடிவெடுக்க முடியும். இவர்கள் விற்பனைத் தொகையில் தங்களுக்குச் சேர வேண்டிய கழிவுத் தொகையையும், செலவுகளையும் கழித்துக் கொண்டு மீதியை முதல்வருக்கு அனுப்புவார்கள்.

(iv) பிணை முகவர்கள்

எந்த ஒரு வணிக முகவர் கடனுக்கு விற்பனை செய்யப்பட்ட பொருட்களுக்கு உண்டான விலையை வசூலித்து தருவதாக தன்னுடைய முதல்வருக்கு ஒப்புறுதி வழங்குகிறாரோ அவரே பிணை முகவர் ஆவார். இவ்ஒப்புறுதிக்காக அவருக்கு அளிக்கப்படும் கழிவுடன் சேர்த்து 'பிணைக் கழிவு' என்ற கூடுதல் கழிவு வழங்கப்படும். வாராக்கடன் நேரிட்டாலும் பிணைமுகவரே அதனை ஏற்றுக் கொள்கிறார். எனவே பிணை முகவர் வாராக் கடனைத் தடுக்கும் பொருட்டு கடன் விற்பனையில் மிகுந்த கவனம் செலுத்த வேண்டும்.

(v) ஏலதாரர்கள்

பொருட்களின் உரிமையாளர் சார்பாக பொருட்களை ஏலத்தின் மூலம் விற்று தரும் பணியை மேற்கொள்பவரே ஏலதாரர் ஆவார். ஏல விற்பனை தொடர்பான விபரங்கள் தெளிவாக முன்னதாகவே விளம்பரம் செய்யப்பட வேண்டும். ஏலப்பொருட்கள், ஏலம் விடும் இடம், தேதி, நேரம், ஏலம் எடுக்கும் விதிமுறைகள் முதலானவை முன்னதாகவே செய்தித்தாள்கள், சுவரொட்டிகள், துண்டறிக்கைகள், ஒலிபரப்புசாதன அறிவிப்புகள் மூலம் பொதுமக்களுக்குத் தெரிவித்து விட வேண்டும். இந்த ஏல வியாபாரம் இருவகைப்படும் அவை ஒதுக்கீட்டு ஏலமுறை, ஒதுக்கீடற்ற ஏலமுறை என அழைக்கப்படும்.

பொருளின் உரிமையாளர் நிர்ணயம் செய்த குறைந்த பட்ச விலைக்குக் கீழே ஏலம் கேட்கப்படுமேயானால், அப்பொருள் விற்கப்பட மாட்டாது. இத்தகு ஏலமுறைக்கே ஒதுக்கீட்டு ஏலமுறை என்று பெயர். ஒரு பொருளை ஏலதாரர் மிக அதிக விலைக்கு விற்கும் நோக்கோடு ஏலத்தொகையை பிறர் வாயிலாக

அதிகப்படுத்திக் கேட்கும் சூழலை உருவாக்கியபடி இருப்பார். ஏலதாரரும், உரிமையாளரும் விரும்பிய தொகைக்கு ஏலம் கேட்கப்படும் போது ஏலதாரர் மேசையின் மீது மரச்சுத்தியினால் ஒரு தட்டு தட்டி ஏலப் பணியை முடிப்பார். இதற்கு ஏலமுடிவு விலை (Knocked down price) என்று பெயர்.

அதிகபட்ச விலை ஏற்பட்டவுடன் ஏலதாரர் விற்பவருக்கும், வாங்குபவர்க்கும் இடையில் ஒரு முகவராக இருந்து விற்பனைப் பணியை முடித்து வைப்பார். இப்பணிக்காக ஏலதாரர் விற்பனையாளரிடமிருந்து தமக்குரிய கழிவுத் தொகையை பெற்றுக் கொள்வார். ஏலத்திற்கு முன்பே விற்பனையாளருக்கும் ஏலதாரருக்கும் கழிவு தொடர்பான பேச்சு வார்த்தை நடந்து இறுதி முடிவு எடுக்கப்பட்டு விடும். அதன் அடிப்படையில் தன் கழிவுத் தொகையைப் பெற்றுக் கொள்வார்.

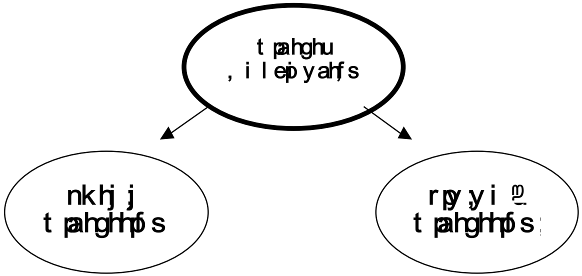
(vi) பண்டகக் காப்பாளர்

பண்டகக்காப்பு உரிமையாளர் தம் பண்டகச்சாலையில் வியாபாரியின் பொருட்களை இருப்பு வைத்துப் பாதுகாக்கும் பணியைச் செய்கிறார். இதற்கென இவருக்கு ஒரு தொகை ஊதியமாக வழங்கப்படும். தமக்குரிய தொகை கிடைக்காத போது தக்க நடவடிக்கை எடுக்கும் உரிமை இவருக்கு உண்டு. பண்டகச்சாலை உரிமையாளர் தம்மிடம் இருப்பு வைக்கப்பட்ட பொருட்களுக்கு உரிய இரசீது வழங்க வேண்டும். இது பொதுவாக பொருட்களை ஏற்றுக் கொண்டதற்கான ஒப்புதல் இரசீது மட்டுமேயாகும். பண்டகம் வைத்திருப்பவரின் இரசீது சேமக்காப்புக்காகச் சரக்குகளைப் பெற்றுக் கொண்டதற்கான வெறும் ஒப்புகைச் சீட்டு மட்டுமேயாகும். இது ஒரு சரக்குரிமை ஆவணமாகத் திகழாது.ஆனால் இவர் பண்டகச் சான்றாணை பெற்றுக் கொண்டால் இது ஒரு சரக்குரிமை ஆவணமாகக் கருதப்படும்.

(ஆ) வியாபார இடைநிலையர்

உற்பத்தியாளரிடமிருந்து பொருட்களைப் பெற்று, தம் பெயரில் அவற்றை விற்று, தமக்குரிய இலாபத்தைப் பெற்றுக் கொண்டு, அதற்குரிய பணத்தைத் திருப்பிச் செலுத்தும் ஓர் இடையீட்டாளரையே 'வியாபார இடைநிலையர்' என அழைப்பர். அவர்கள் பொருட்களுக்குரிய உரிமைப் பண்பைப் பெறுவதோடு, அவற்றை விற்பனைக்கேற்ப இருப்பு வைத்துக் கொள்ளும் அதிகாரமும் பெற்றிருப்பார். அவர்கள் தம் பெயரிலேயே எல்லா நடைமுறை வணிகச் செயல்களையும் செய்து வருவதோடு, அதற்குரிய முழு பொறுப்பையும் ஏற்று செயல்படுவர். இவர்கள் இரு வகைப்படுவர்.

1. மொத்த வியாபாரிகள்.
2. சில்லறை வியாபாரிகள்.



1. மொத்த வியாபாரிகள்

'மொத்த வியாபாரி' என்னும் சொல் மொத்த வியாபாரம் என்னும் சொல்லிலிருந்து உருவானது. பொருட்களை மிகப் பெரிய அளவிலும், மொத்தமாகவும் விற்கும் வியாபாரியை மொத்த வியாபாரி என அழைக்கப்படுவர். இவரே, உற்பத்தியாளருக்கும் நுகர்வோர்க்கும் இடையில் இருந்து இருவருக்கும் இடையே தொடர்பை ஏற்படுத்தும் முதன்மை வியாபாரியாகக் கருதப்படுவார்.

ஈவ்லின் தாமஸ் கருத்தின்படி 'ஒரு உண்மையான மொத்த வியாபாரி உற்பத்தியாளராகவோ, சில்லறை வியாபாரியாகவோ இல்லாமல் இந்த இருவருக்கும் இடையே தொடர்பை ஏற்படுத்தும் பணியை மேற்கொள்பவராவர்'.

கண்டிஃப் மற்றும் ஸ்டில் என்போரின் கருத்தின்படி, 'மொத்த வியாபாரிகள் வணிகப் பொருட்களை மொத்தமாக வாங்கி, பிற வியாபாரிகளுக்கோ அல்லது சில்லறை வியாபாரிகளுக்கோ விற்பனை செய்வார்களேதவிர, நுகர்வோர்க்கு நேரிடையாக விற்பனை செய்ய மாட்டார்கள்'.

மொத்த வியாபாரியின் பண்பு நலன்கள்

i) மொத்தமாக வாங்குதல்

உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து மொத்தமாகப் பொருட்களை வாங்கி சிறிய அளவில் விற்பனை செய்வர். மொத்த வியாபாரிக்கு இருக்க வேண்டிய முக்கிய பண்பாக இது கருதப்படும்.

ii) பிற வியாபாரிகளுக்கு விற்றல்

மொத்த வியாபாரி பொருட்களைச் சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு விற்பனை

செய்வர். இவர்கள் நுகர்வோரிடம் நேரடி தொடர்பு கொள்ள மாட்டார்கள்.

iii) உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து நேரடியாக வாங்குதல்

மொத்த வியாபாரிகள் எப்பொழுதும் உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்தோ, தயாரிப்பாளர்களிடமிருந்தோ நேரடியாகப் பொருட்களை மொத்தமாக வாங்குவர்.

iv) குறிப்பிட்ட பொருட்களை மட்டும் வியாபாரம் செய்தல்

உற்பத்தி செய்யப்படும் எல்லாப் பொருட்களையும் மொத்தமாக வாங்காமல், அவற்றுள் ஒன்றோ அல்லது ஒரு சில பொருட்களை மட்டும் மொத்தமாக வாங்கும் பண்புடையவர்.

v) தனிபட்ட சேவை

உற்பத்தியாளர்கள் உற்பத்தி செய்யும் பொருட்களில் குறிப்பிட்ட ஒரு சிலவற்றை வாங்கும் எண்ணம் கொண்டவர். அதன் மூலம் உற்பத்தியாளர்க்கும், சில்லறை வியாபாரிக்கும் இடையே இணைப்புப் பாலமாக விளங்குகிறார்.

மொத்த வியாபாரிகளின் பணிகள்

மொத்த வியாபாரிகள் சந்தையிடுதல் பணியை மேற்கொள்ளும் போது பல்வகையான செயல்முறைகளை மேற்கொள்வர். அவற்றுள் முக்கியமானவை

I) கொள்முதல் மற்றும் ஒன்று திரட்டுதல்
II) இருப்புவைத்தல் அல்லது பண்டகக்காப்பு
III) போக்குவரத்து வசதி அளித்தல்
IV) நிதிவசதியை தருதல்
V) இடர்பாடுகளை ஏற்றல்
VI) தரப்படுத்துதல், சிப்பங்கட்டுதல், கட்டுமம் செய்தல்
VII) சந்தை நிலவரங்களைத்தருதல்
VIII) பரவலாக்குதல் மற்றும் விற்பனை செய்தல்

i) கொள்முதல் மற்றும் ஒன்று திரட்டுதல்

பலவகைப்பட்ட பொருட்களை உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து வாங்கி, இனவாரியாக ஒன்று திரட்டி இருப்பு வைத்து சில்லறை வியாபாரிக்கு விற்பது. யாருடைய பொருட்கள் தொடர்ச்சியாக வாங்கப்படுகிறதோ அவற்றை உற்பத்தியாளரிடம் கேட்டுப் பெற்று இருப்பு வைத்துக் கொள்வது. குறிப்பிட்ட காலத்தில் மட்டும் விற்கும் பொருட்களை அந்தந்த காலத்தில் வாங்கி வைப்பது. அதிக தேவையுள்ள பொருட்களை அந்தந்த காலத்தின் தேவைக் கேற்ப தொடர்ந்து வாங்கி இருப்பு வைத்து விற்பது. சில்லறை வியாபாரிகளின் தேவைகளையும் எதிர்பார்ப்புகளையும் கண்டறிந்து அதற்கேற்ப பொருட்களை வாங்கி விற்பது. தேவைகளின் வளர்ச்சிகளில்

கவனம் செலுத்தி புதிய தயாரிப்புகளை வாங்கி வைப்பதும் தேவையற்ற தயாரிப்புகளை வாங்காது விட்டு விடுவதும் மொத்த வியாபாரிகளின் இயல்பான செயல்கள் ஆகும்.

ii) இருப்புவைத்தல் அல்லது பண்டகக்காப்பு

மொத்த வியாபாரி உற்பத்தியாளாரிடமிருந்து பொருட்களை ஒன்றுதிரட்டி, வாங்கிய பிறகு அவற்றின் தேவைக்கேற்பவும், சில்லறை வியாபாரிகளின் தேவைகளுக்கேற்பவும் விநியோகம் செய்ய முன்னதாகவே வாங்கி இருப்பு வைத்துக் கொள்கிறார். உற்பத்திக்கும், நுகர்வுக்கும் இடையே ஏற்படும் கால இடைவெளியை மனதிற்கொண்டு பொருட்கள் கிடைக்கும் பொழுதே வாங்கி இருப்பு வைத்து வியாபாரம் செய்வது நலம் பயக்கும் என எண்ணி இருப்பு வைப்பதுண்டு. உற்பத்தியாளர்களின் பொருட்கள் தக்கவாறு இருப்பு வைத்து பாதுகாக்கப்பட்டு தேவைப்படும் போழுது சில்லறை வியாபாரிக்கு சிறு சிறு அளவில் விற்க இயலும். இவ்வாறு ஒரு மொத்த வியாபாரி இருப்பு வைக்கும் பணியில் தக்க கவனம் செலுத்தி பொருட்களை அழிவிலிருந்து பாதுகாத்து, சந்தையில் தேவைப்படும் பொழுதெல்லாம் கிடைக்குமாறு செய்வர்.

iii) போக்குவரத்து வசதி அளித்தல்

மொத்த வியாபாரி பொருட்களை மொத்தமாக வாங்கி தம் பண்டக சாலையில் இருப்பு வைத்து வாகனங்களின் மூலம் தேவைப்படும் இடங்களுக்கு அனுப்பி வைப்பார். மேலும் சில்லறை வியாபாரிகளின் கடைகளுக்குத் தேவைப்படும் பொழுதெல்லாம் வாகனங்கள் மூலம் பொருட்களை அனுப்பி வைப்பர். இவ்வாறு பொருட்களை மொத்தமாக வாங்கி இருப்பு வைத்து அனுப்புவதன் மூலம் அனுப்புகை கட்டணங்களில் சிக்கனத்தை கடைப்பிடிக்கிறார்.

iv) நிதிவசதியை தருதல்

மொத்த வியாபாரிகள் சந்தையில் அதிகமான நிதிவசதியை உருவாக்குவதன் மூலம் வியாபாரத்துறையில் மிகச் சிறந்த முறையில் பங்கேற்கிறார்கள். சில்லறை வியாபாரிகளுக்குத் தேவைப்படும் நிதி உதவியை வழங்க மொத்த வியாபாரிகள் அவர்களுக்குப் பொருட்களைக் கடனாக வழங்கி தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்து கொள்ள உதவுகின்றனர். முடிவுற்ற பொருட்களின் மீது நடைமுறை மூலதனம் முடங்குவதைப் பொதுவாக தயாரிப்பாளர்கள் விரும்புவதில்லை. உற்பத்தியாளரிடமிருந்து குறுகிய காலக் கடனாக உற்பத்திப் பொருட்களைப் பெற்றுத் தம் பொறுப்பில் இருப்பு வைத்துக் கொள்வர். இதனால் பெருமளவு நிதிச்சுமை உற்பத்தியாளரிடமிருந்து மொத்த வியாபாரிக்கு செல்கிறது. மொத்த வியாபாரிகள் தம் பொறுப்பில் பொருட்களைக் கடனாக சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு வழங்கி வியாபாரத்தைப் பெருக்க வழி வகுப்பதால், உற்பத்தியாளர்களின் நிதிச்சுமை மிகவும் குறைகிறது.

v) இடர்பாடுகளை ஏற்றல்

பொருட்களின் விலைவீழ்ச்சி, கெட்டுப்போதல், பொருட்களின் அழிவு, இருப்பு வைப்பதால் ஏற்படும் பிற இழப்புகள் அனைத்தையும் மொத்த வியாபாரிகள் ஏற்றுக் கொள்கின்றனர். மேலும் சில்லறை வியாபாரிகளால் ஏற்படும் வாராக்கடன் இழப்பையும் மொத்த வியாபாரிகளே ஏற்றுக்கொள்கின்றனர். எனவே வியாபாரத்தின் அனைத்து விதமான இடர்பாடுகளையும் மொத்த வியாபாரிகளே ஏற்கின்றனர்.

vi) தரப்படுத்துதல், சிப்பம்கட்டுதல், கட்டுமம்செய்தல்

தரம், வகை, வடிவு, கசிவு மற்றும் உள்ளடக்கம் ஆகியவற்றிக்கு ஏற்ப உற்பத்திப் பொருட்களை மொத்த வியாபாரிகள் தனித் தனியாகப் பிரித்து வகைப்படுத்தி விடுவர். மேலும், பெரும் சிப்பங்களை சிறு சிறு சிப்பங்களாக கட்டுமம் செய்து சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு விநியோகம் செய்வர்.

vii) சந்தை நிலவரங்களைத் தருதல்

மொத்த வியாபாரிகள் பயனுள்ள சந்தை நிலவரங்களைக் கண்டறிந்து உற்பத்தியாளர்களுக்கும் சில்லறை வியாபாரிகளுக்கும் அவ்வப்போது கூறி வருவார்கள். பொருட்களின் தரம் மற்றும் வகைகள் பற்றி சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு அறிவிப்பதால், சந்தையில் விற்பனை செய்வதற்குரியவற்றை மட்டும் வாங்கவும், விற்கவும் வசதி உருவாகிறது. நுகர்வோரின் தேவை, விருப்பம் மற்றும் புதிய நாகரீகங்களைப் பற்றி உற்பத்தியாளர்களுக்கு எடுத்துக் கூறுவதால், அதற்கேற்ப பொருட்களைத் தயாரித்து வியாபாரத்தை பெருக்கிக் கொள்ள மொத்த வியாபாரிகள் உதவுகின்றனர்.

viii) பரவலாக்குதல் மற்றும் விற்பனை செய்தல்

பல்வேறு இடங்களுக்குப் பரவலாகச் சென்று அடையுமாறு விற்பனை செய்யும் சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு மொத்த வியாபாரிகள் விநியோகம் செய்கின்றனர். பரவலாக ஆங்காங்கே சிதறி இருக்கும் சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு மொத்த வியாபாரிகள் தங்கள் பொருட்களை விற்பனை செய்கின்றனர்.

மொத்த வியாபாரிகளின் சேவைகள்

1. உற்பத்தியாளருக்கு ஆற்றும் சேவைகள்.

i) பொருட்களை மொத்தமாக வாங்குதல்

உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து மொத்த வியாபாரிகள் மொத்தமாக பொருட்களை கொள்முதல் செய்கின்றனர். இதனால் உற்பத்தியாளர்கள் கேட்பதற்கு தகுந்தவாறு அதிக அளவில் பொருட்களை உற்பத்தி செய்ய முடிகிறது.

ii) உற்பத்தியில் தனி கவனம் செலுத்துதல்

சில்லறை வியாபாரிகளுக்குச் சிறு சிறு அளவில் விற்கும் வேலையை மொத்த வியாபாரிகள் மேற்கொண்டு வருவதால் உற்பத்தியாளர்கள் இத்தொல்லையிலிருந்து விடுவிக்கப்பட்டு உற்பத்தியில் தங்களது முழு கவனத்தையும் செலுத்த முடியும்.

iii) சிக்கனம்

மொத்த வியாபாரிகள் உற்பத்தியான பொருட்களை இருப்பு வைத்துக் கொள்ளும் பணியை மேற்கொள்வதால் உற்பத்தியாளர்களுக்கு பண்டகப் பாதுகாப்புப் பணி குறைகிறது. இதனால் உற்பத்தியாளர்களுக்கு அனுப்புகை செலவுகள் மிச்சமாகும். அதே நேரத்தில் மூலதனமும் முடங்குவதில்லை. உற்பத்தியாளர்கள் குறைந்த முதலுடன் தொழிலைத் தொடர முடியும்.

iv) விலையைக் கட்டுப்படுத்துதல்

அந்தந்த பருவக் காலத்தின் தேவைக்கேற்ப மொத்த வியாபாரி பொருட்களை இருப்பு வைத்துக் கொண்டு தேவைக்கேற்ப நன்கு விற்று வியாபாரத்தைப் பெருக்கி வருவார். இதனால் பொருட்களின் விலை குறிப்பிட்ட கட்டுப்பாட்டிற்குள் இருக்கும். விருப்பம் போல் வேண்டுமென்றே விலையை ஏற்றும் செயலிலிருந்து தடுத்து, அப்பொருள் நன்கு விற்று வர உதவி செய்வர்.

v) சந்தை நிலவரத்தை அறிவித்தல்

மொத்த வியாபாரி சந்தையில் ஏற்படும் மாற்றம், பொருட்களின் தேவை, விற்பனையின் நிலைமை முதலானவற்றை உற்பத்தியாளருக்கு அவ்வப்போழுது தருகிறார். முதன்முதலில் மொத்த வியாபாரிகள் தேவைப்படும் பொருட்களைச் சில்லறை வியாபாரியிடமிருந்து கேட்டறிந்து, அதற்கேற்ப உற்பத்தியாளரிடமிருந்து பொருட்களை மொத்தமாகப் பெறுவர். அப்பொழுது நுகர்வோரின் விருப்பம், தேவையில் ஏற்படும் மாற்றம் போன்றவற்றைச் சுட்டிக் காட்டுவர். மேலும், மொத்தவியாபாரி அவ்வப்போது மாறும் நாகரீக மாற்றம், அவற்றின் அளவு பொருட்களின் தரம், தேவைப்படும் பொருட்கள் முதலானவற்றை உற்பத்தியாளருக்கு தெரிவித்து கொண்டிருப்பர்.

vi) இடர்பாடு ஏற்றல்

மொத்த வியாபாரி தான் வியாபாரத்தில் திடீரென உண்டாகும் பொருட்களின் விலையில் வீழ்ச்சி அல்லது இருப்பில் வைத்த பொழுது ஏற்பட்ட அழிவு போன்றவற்றிற்கு முழுப் பொறுப்பேற்கிறார். கடனுக்குச் சில்லறை வியாபாரியிடம் விற்றதால் ஏற்படும் வாராக்கடனுக்கும் அவரே பொறுப்பேற்பர்.

2. சில்லறை வியாபாரிக்கு ஆற்றும் சேவைகள்

i) தேவையைப் பூர்த்தி செய்தல்

சில்லறை வியாபாரி நுகர்வோரின் தேவைக்கேற்ப எல்லாவிதமான பொருட்களையும் தம்மிடம் வைத்துக் கொண்டு வியாபாரம் செய்வார். இடப் பற்றாக்குறையின் காரணமாகவும், மூலதனப்பற்றாக் குறைபாடு காரணமாகவும் ஒவ்வொரு வகையான பொருட்களை அதிக அளவில் வாங்கி வைப்பது இயலாது. இக்குறையை மொத்த வியாபாரி தான் போக்குகிறார். வகைவகையான பொருட்களை அதிக அளவில் கையிறுப்பு வைத்திருக்கும் மொத்த வியாபாரி சில்லறை வியாபாரிக்கு தேவைப்படும் போது அவற்றை சிறு சிறு அளவுகளில் விற்று பெரிதும் துணை புரிகிறார்.

ii) சிறப்பு தகவல்களைத் தருதல்

மொத்த வியாபாரி ஒரு குறிப்பிட்ட வகையான பொருள்களையே கையாளுவதால் அதைபற்றிய அனுபவஅறிவை பெற்றவராக விளங்குவார். இவ்வனுபவ அறிவினை சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு தெரிவிக்கிறார்.

iii) சந்தை இடர்பாடுகளை குறைத்தல்

சில்லறை வியாபாரிகள் குறைந்த அளவிலேயே பொருட்களைத் தம்மிடம் வைத்துக் கொள்வர். மொத்த வியாபாரிகளே இவர்களது குறைந்த மூலதனத்தோடு நிறைவாய் வியாபாரம் செய்து வர உதவுவர். இதனால் சில்லறை வியாபாரியின் மூலதனம் பொறுப்பு, விலையின் ஏற்றத்தாழ்வு, தேவையின் மாற்றங்கள், நாகரீகம், விருப்பம் போன்றவற்றில் அதிக பொறுப்பு ஏற்காமல் தேவைக்கேற்ப இருப்பு வைத்துக் கொள்ள இயலும்.

iv) புதிய தயாரிப்புகளை அறிமுகம் செய்தல்

மொத்த வியாபாரிகளே புதிய தயாரிப்புகளைத் தத்தம் விற்பாண்மையர் மூலமோ, பார்வைக்கு வைத்திருப்பதன் மூலமோ, விலைப்பட்டியலின் மூலமோ, சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு அறிமுகப்படுத்தி வியாபாரம் வளர உதவுவர்.

v) நிதி வசதி அளித்தல்

சில்லறை வியாபாரிக்கு மொத்த வியாபாரிகளே நிதி உதவிகளைச் செய்து வருகிறார்கள். தம்மிடமுள்ள பொருட்களைக் கடனுக்குப் பெற்று வியாபாரம் செய்து வர சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு உதவுவர். நுகர்வோரிடமிருந்து விற்ற பொருட்களுக்குப் பணம் கிடைத்த பிறகு சில்லறை வியாபாரிகள் தாம் பெற்ற கடனை மொத்த வியாபாரிகளுக்குச் செலுத்தும் வசதி ஏற்படுகிறது. குறைந்த மூலதனம் கொண்டு தம் வியாபாரத்தை நடத்த இந்த முறை சில்லறை வியாபாரிகளுக்குப் பெரிதும் நலன் பயப்பதாக உள்ளது.

II) சில்லறை வியாபாரிகள்

பண்டங்களின் பரிமாற்றத்தில் உற்பத்தியாளர்களுக்கும் நுகர்வோர்க்கும் இடையில் தொடர்பு ஏற்படுத்தும் கடைசி பணியாளராக இருப்பவர் சில்லறை வியாபாரி ஆவார். நுகர்வோர்க்குத் தேவைப்படும் எல்லாப் பொருட்களை விற்கவும், விநியோகம் செய்யவும் வர்த்தகத்தில் சில்லறை வியாபாரமே முக்கியமானதாக விளங்குகிறது.

எஸ்.எவிலின் தாமஸ் கருத்தின்படி 'நுகர்வோரின் தேவைகளை செவ்வனே பூர்த்தி செய்யும் பொருளாதார சங்கிலியில் இறுதியாக இருப்பவர் சில்லறை வியாபாரி ஆவார்'.

கண்டிஃப் மற்றும் ஸ்டில் ஆகியோரின் விரைவிலக்கணத்தின்படி 'ஒரு சில்லறை வியாபாரி என்பவர் வியாபாரியாகவும், சில நேரங்களில் முகவராகவும் செயல்பட்டு சிறு நுகர்வோருக்கு விற்பனை செய்வதையே தனது முக்கிய பணியாகக் கொண்டுள்ளார்'.

சில்லறை வியாபாரியின் பணிகள்

i) வசதிகளைத் தருதல்

சில்லறை வியாபாரிகள் நுகர்வோர் தங்களை எளிதில் அணுகி தங்கள் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்து கொள்ள ஏதுவாக கடைகளை திறக்கின்றனர்.

ii) விருப்பப்படி தேர்வு செய்தல்

சில்லறை வியாபாரி தம் வாடிக்கையாளர்கள் தத்தம் விருப்பப்படி பொருட்களைத் தேர்ந்தெடுக்கப் போதிய சந்தர்ப்பத்தைத் தருகிறார். அவர்களின் தேவைகளை இவர் நன்கு அறிந்து வைத்திருப்பார். எனவே, அவர்கள் விருப்பத்திற்கேற்ப பொருட்களை இவரால் வழங்க இயலும்.

iii) தகவல்களைத் தருதல்

நுகர்வோரின் தேவைக்கும் விருப்பத்திற்கும் ஏற்ற பொருட்களைப் பற்றிய விபரங்களைச் சேகரித்து வைத்துக் கொள்வர். இந்தச் செய்திகளை மொத்த வியாபாரிகள் மூலம் உற்பத்தியாளர்களுக்குப் போய்ச் சேரும், இதனால், தேவைகளுக்கேற்ப உற்பத்தியாளர்கள் பொருட்களின் வடிவு, தரம், அளவு, உருவம் முதலானவற்றை மாற்றியமைத்து பொருட்களைத் தயாரித்து வழங்க இயலும்.

iv) இடர்பாடு ஏற்றல்

சில்லறை வியாபாரிகள் பொருட்களின் அழிவிற்கும், விலைச் சரிவிற்கும் பொறுப்பேற்றுக் கொள்வர். தீயால் அழிவு, திருட்டு, தரக்குறைவு, கெட்டுப்போதல்

முதலானவற்றால் ஏற்படும் நட்டத்திற்குப் பொறுப்பேற்பர். வியாபாரத்தில் இயல்பாக ஏற்படும் இத்தகு எல்லாவிதமான வியாபார பொறுப்புகளை இவர்கள் ஏற்று அதற்கேற்ப செயல்படுவர்.

v) இருப்பு வைத்தலும் கட்டுமம் செய்தலும்

மொத்த வியாபாரிகளிடமிருந்து பெற்ற பொருட்களை சில்லறை வியாபாரிகள் தம் பண்டகக்காப்பில் எதிர் காலத்திற்கு உதவும் வகையில் சேமித்து வைப்பர். நுகர்வோர் தேவைக்கேற்ப பொருட்களை சிறிய அளவுடைய சிப்பங்களாகக் கட்டி விற்பனை செய்வர். சில நேரங்களில் பொருட்களை தரம் வாரியாக பிரிக்கும் பணிகளிலும் ஈடுபடுகிறார்.

மொத்த வியாபாரிக்கு ஆற்றிடும் சேவைகள்

1. அமைப்புத் தொடர்பு

ஒரு பக்கத்தில் மொத்த வியாபாரியையும், மறுபக்கத்தில் நுகர்வோரையும் இணைக்கும் முகவராக சில்லறை வியாபாரி செயல்படுகிறார். மொத்த வியாபாரிகளிடம் உள்ள பொருட்களை சில்லறை வியாபாரிகள் எந்த நேரத்திலும் எங்கிருந்தும் எடுத்து வந்து வியாபாரம் செய்யும் பண்புடையவர்கள். ஆதலால் சில்லறை வியாபாரிகளால் தான் மொத்த வியாபாரமே நடைபெறுகிறது எனலாம்.

2. நுகர்வோர் விருப்பத்திற்கு முன்னுரிமை

சில்லறை வியாபாரிகள் நுகர்வோரிடம் நெருங்கிய தொடர்பு கொண்டிருப்பதால் அவர்களின் தேவைகளை நன்கு அறிந்து வைத்திருப்பர். நுகர்வோரின் தேவைகளை முன் கூட்டியே எதிர்பார்த்து அவற்றை பூர்த்தி செய்யும் நிலையில் எப்பொழுதும் இருப்பர். எனவே நுகர்வோரின் தேவைகளை மொத்த வியாபாரிகளுக்கு எடுத்துரைப்பார்.

3. தனிக்கவனம்

மொத்த வியாபாரியின் சார்பாக சில்லறை வியாபாரி தன் நுகர்வோரின் மீது தனிக்கவனம் செலுத்துவார். விற்கப்பட்ட பொருட்களில் ஏற்படும் சிறு சிறு பழுதுகளை அந்தந்த இடத்திலேயே சென்று சரி செய்து சிறப்பான சேவை புரிகிறார்.

4. சந்தையை விரிவாக்கம்

சில்லறை வியாபாரிகள் பொருட்களை சிறிய அளவில் விற்று, சந்தையை விரிவுப் படுத்தும் பணியில் ஈடுபடுவர். இதனால், மொத்த வியாபாரிகளின் பொறுப்புகளைக் குறைத்து வியாபாரம் எளிதாக வளர உதவுவர்.

நுகர்வோருக்கு ஆற்றும் சேவைகள்

சில்லறை வியாபாரிகள் உற்பத்தியாளர்களுக்கும் மொத்த வியாபாரிகளுக்கும் ஆற்றும் சேவைகளோடு நேரிடையான தொடர்பும், தனிப்பட்ட தொடர்பும் கொண்டுள்ள நுகர்வோருக்கு அதிகமான சேவையை செய்து வருகிறார். சில்லறை வியாபாரிகளின் முக்கிய நோக்கமே நுகர்வோர்க்கு நன்கு சேவை செய்வதேயாகும்.

1. சரக்கு வைத்திருத்தல்

காலநேரத்திற்கேற்ப நுகர்வோர் விரும்பும் பொருட்களை தேவையான அளவிற்கு சில்லறை வியாபாரிகள் இருப்பு வைத்திருப்பர். அவர்கள் இந்தப் பொருட்களை எந்த நேரத்திலும் வாங்கி விற்பனை செய்யும் விருப்பம் கொண்டவர். நுகர்வோர் தம் தேவைக்குரிய பொருட்களை பெரிய அளவில் வாங்கி வைத்துக் கொள்ளும் நிலையில் இல்லை. எனவே, தேவைப்படும் போது அவற்றைச் சில்லறை வியாபாரிகளிடமிருந்து வாங்கிக் கொள்வர்.

2. தகவல்களைத் தருதல்

நுகர்வோர்க்குரிய பொருட்கள் பலவிதங்களில் பலரால் தயாரிக்கப்படுகின்றன. இத்தகு எண்ணிலடங்கா புத்தம் புதிய பொருட்களைத் தக்கவாறு பார்வைக்கு வைத்து சில்லறை வியாபாரிகள் நுகர்வோரின் கவனத்தை அவற்றின் பக்கம் திருப்புகின்றனர். துணிவகைகள், நெய்தலாடைகள் மற்றும் தளவாடசாமான்கள் போன்றவற்றுள் ஏற்படும் நாகரீக மாற்றங்களுக்கு ஏற்ப தகவல்களை தரகர்கள் நுகர்வோருக்கு தருகின்றனர்.

3. அனுபவஅறிவின் பலனைத் தருதல்

சில்லறை வியாபாரிகள் தாங்கள் விற்பனை செய்து வரும் பொருட்களைப் பற்றிய எல்லாச் செய்திகளையும் தெளிவாக அறிந்திருப்பர் என்பதில் ஐயமில்லை. பல உற்பத்தியாளர்களால் தயாரிக்கப்படும் ஒரே வகையான பொருட்களின் தரம், பயன் வேறுபாடு போன்றவற்றை பற்றிய ஒப்பீட்டை எடுத்துக் கூறுகிறார்.

4. கடன் வசதியளித்தல்

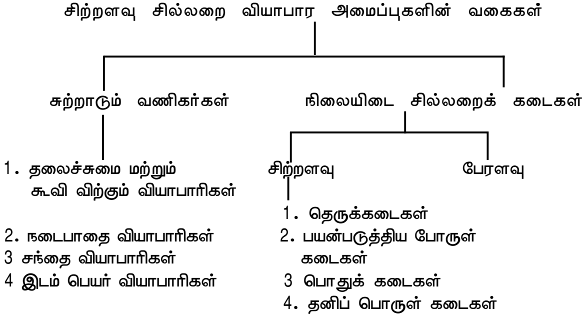
நிரந்தரமான வாடிக்கையாளருக்கு சில்லரை வியாபாரிகள் தம் பொருட்களை கடனுக்கு விற்று வருவர். சிறப்பாக நிரந்தர வருவாய் உள்ளோரைக் கண்டறிந்து, அவர்களின் தேவைகளுக்கேற்ப மாதம் முழுவதும் பொருட்களைக் கடனாக வழங்கி, அவர்களது மாதச் சம்பளம் பெற்ற நாளில் அதனைத் திருப்பிச் செலுத்தும் வசதி வாய்ப்புகளை உருவாக்கி உதவுவர்.

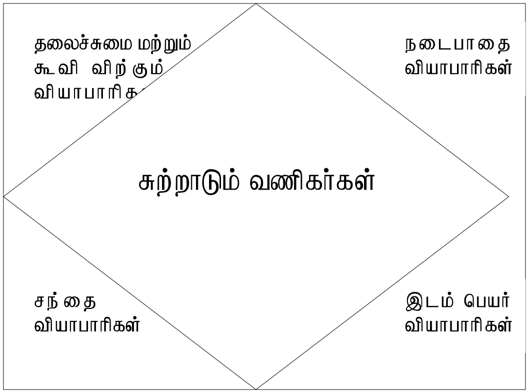
5. இதர பணிகள்

1. சில்லறை வியாபாரிகள் நுகர்வோருக்கு அவர்கள் வாங்கும் பொருட்களை அவர்களது வீட்டில் கொண்டு சேர்க்கும் வேலையை இலவசமாக செய்வர்.
2. வியாபாரத்தோடு நுகர்வோருக்கு விற்பனைக்கு பிறகும் சேவையாற்றுகிறார்.
3. விற்பனையின் மீது ரொக்க தள்ளுபடி அளிக்கிறார்.

மொத்த வியாபாரிக்கும் சில்லறை வியாபாரிக்கும் உள்ள வேறுபாடு

வ. எண்	மொத்த வியாபாரி	சில்லறை வியாபாரி
1.	உற்பத்தியாளரையும் சில்லறை வியாபாரியையும் இணைக்கிறார்.	மொத்த வியாபாரியையும், இறுதி நுகர்வோரையும் இணைக்கும் பாலமாக இருக்கிறார்.
2.	ஊற்பத்தியாளரிடமிருந்து மிகப் பெரிய அளவில் பொருட்களை வாங்குவர்.	மொத்த வியாபாரிமிடமிருந்து குறைந்த அளவிலேயே பொருட்களை வாங்குவர்.
3.	ஒரே வகையான பொருட்களை மொத்தமாக வாங்கி விற்பர்.	பலவிதமான பொருட்களை வாங்கி விற்பர்.
4.	பல்வேறு இடங்களில் வியாபாரத்தை விரிவாகச் செய்வர்.	குறிப்பிட்ட வட்டத்திலுள்ள ஓர் இடத்தில் இருந்தபடி வியாபாரம் செய்வர்.
5.	இவர் உற்பத்தியாளர்களிடம் அதிகம் நெருக்கமாவும், நுகர்வோரை விட்டு விலகியும் இருக்கிறார்.	இவர் நுகர்வோர்களிடம் அதிக நெருக்கமாகவும், உற்பத்தியாளரை விட்டு விலகியும் இருக்கிறார்.
6.	இவர் மிகப் பெரிய நகரங்களில் தான் தன் வியாபாரத்தை நடத்தி வருவர்.	இவர் சின்னஞ்சிறிய கிராமத்தில் இருந்து மிகப் பெரிய நகரங்கள் வரை உள்ள எல்லா இடங்களிலும் வியாபாரத்தை நடத்தி வருவர்.
7.	விற்பனைப் பணியைத் தவிர பிற பணிகளைச் செய்ய முன் வர மாட்டார்.	விற்பனைப் பணிக்குப் பிந்தைய சேவைகளையும் மேற்கொள்வார்.





சுற்றாடும் வணிகர்கள்

குறைந்த விலையுள்ள பொருட்களான பழம், காய்கறி, மீன், கண்ணாடிச் சாமான்கள், துணிவகைகள், புத்தகங்கள் முதலானவற்றை தலையில் வைத்தும்,

கூடையில் வைத்தும், தள்ளுவண்டியில் வைத்தும், சந்தையில் வைத்தும் வியாபாரம் செய்வோரைத் தான் சுற்றாடும் வணிகர்கள் என அழைப்பர். இவர்கள் மிகக் குறைந்த மூலதனத்தோடு குறைந்த அளவு பொருட்களைக் கொண்டு வியாபாரம் செய்வர்.

அ) தலைச்சுமை மற்றும் கூவி விற்கும் வியாபாரிகள்

நடந்து சென்று வியாபாரம் செய்யும் சிறு வியாபாரிகள். தம் தலையிலோடு முதுகிலோ பொருட்களை வைத்து கூவிக் கூவி வியாபாரம் செய்பவர். வீடுவீடாகச் சென்று நுகர்வோரின் தேவைகளை நிறைவு செய்யும் பணியில் தம்மை ஈடுபடுத்திக் கொள்ளக் கூடியவர் ஆவர். கூவி விற்கும் வியாபாரிகள் பொதுவாக ஏதாவதொரு வசதியான வண்டியில் பொருட்களை வைத்து வீடுவீடாகச் சென்று விற்கும் பணியை மேற்கொள்வர்.

ஆ) நடைபாதை வியாபாரிகள்

சென்னை, மும்பை மற்றும் கொல்கத்தா முதலான பெரிய நகரங்களில் உள்ள நடைபாதைகளில் தங்கள் கடையை வைத்துக் கொண்டு தம் பொருட்களை விற்பவர். இரயில் நிலையங்களின் முன் பகுதியிலும், வீதிகள் குறுக்கிடும் சாலை ஓரங்களிலும் இத்தகு கடைகள் காணப்படும். இங்குப் பொதுவாகப் புத்தகக் கடைகள், பேனா பழுது பார்க்கும் கடைகள், பை விற்போர் மற்றும் பிற வீட்டுப் பொருட்களை விற்பர்.

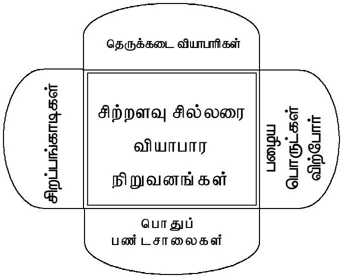
இ) சந்தை வியாபாரிகள்

மாதக் கடைசியிலும், வாரக் கடைசியிலும் வெவ்வேறு இடங்களில், பொருட்களைப் பார்வைக்கு வைத்து வியாபாரம் செய்வோராவர். பெரிய கிராமங்களிலும். சிறிய நகரங்களிலும் இத்தகு சந்தைகள் வழக்கமாகக் கூடுவதை நம் நாட்டில் காணலாம்.

ஈ) இடம் பெயர் வியாபாரிகள்

குடியிருப்பு வட்டாரங்களில் யாதேனும் ஓர் இடத்தை வாடகைக்கு எடுத்துக் கொண்டு வியாபாரம் செய்வோர். வீட்டு உபயோகப் பொருட்களாகிய துணிகள், பாத்திரங்கள், பிளாஸ்டிக் பொருட்கள் முதலானவற்றை விற்பர். மேலும் இவர்கள் இடம் விட்டு இடம் சென்று வியாபாரம் செய்யும் பழக்கமும் உடையவராவர்.

சிற்றளவு சில்லறை வியாபார நிறுவனர்கள்



இவர்கள் குறிப்பிட்ட ஓர் இடத்தில் தம்மிடம் உள்ள குறைந்த மூலதனத்தைக் கொண்டு அளவான பொருட்களை இருப்பாகக் கொண்டு வியாபாரம் செய்வர்.

1. தெருக்கடை வியாபாரிகள்

சில்லறை வியாபாரத்திற்காக நிரந்தரமாக தெருவில் ஒரு கடை அமைத்து வியாபாரம் செய்வோர். இத்தகு கடைகள் சிறிய அளவில் அமைந்திருக்கும். இவர்களுக்கு மிகச் சிறிய அளவிலான இடம் போதுமானதாகும். மொத்த வியாபாரிகளிடமிருந்தோ அல்லது உள்ளூர் உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்தோ பொருட்களைப் பெற்று விற்பனை செய்வர். நுகர்வோருடன் நெருங்கிய தொடர்பை ஏற்படுத்திக் கொண்டு வியாபாரம் செய்வர்.

2. பழைய பொருட்கள் விற்போர்

பழைய துணிகள், புத்தகங்கள், தளவாடசாமான்கள் போன்றவற்றை வாங்கி விற்கும் வியாபாரிகளாவர். பயன்படுத்திய பொருட்களை விற்போரிடமும், ஏலத்தின் மூலமும் இத்தகு பொருட்களை வாங்கி பிறர்க்கு விற்பர். நுகர்வோரில் ஏழை மக்களாக இருப்போரும், புதிய பொருட்களை விலை கொடுத்து வாங்க இயலாதவரும் தான் இவர்களின் வாடிக்கையாளர்கள் ஆவர்.

3. பொதுப் பண்டசாலைகள்

நிலையான கடைகளில் முறையாகப் பொருட்களை வாங்கி வைத்து வியாபாரம் செய்வோர். ஆனால், இவர்களது வியாபாரம் மற்றும் வரவு செலவுகள் மிகக்

குறுகிய அளவிலேயே இருக்கும். சிறிய பொதுவான கடைகள் கூட நுகர்வோர்க்குத் தேவைப்படும் மருந்து, துணி, பலசரக்கு, அடுமனை பொருட்கள், எழுது பொருட்கள், சாக்லேட்–மிட்டாய் முதலான பொருட்களை குறைந்த அளவில் வைத்து வியாபாரம் செய்வதுண்டு. நுகர்வோர்க்குத் தங்கள் வீட்டின் அருகிலேயே தங்களுக்குத் தேவையான பொருட்களை வாங்கும் வசதிகள் இதனால் உண்டாகும்.

4. சிறப்பங்காடிகள்

சில குறிப்பிட்ட பொருட்களைத் தனிப்பட்ட முறையில் விற்பனை செய்வோர். இவை சிறிய நிரந்தர கடைகளாக அமைத்து பொதுக் கடைகளைப் போல இருந்து ஒரு குறிப்பிட்ட வழியில் உற்பத்தி செய்யும் பொருட்களை வியாபாரம் செய்வர். இதில் ஆயத்த ஆடைகள் விற்கும் கடைகள், எழுது பொருட்கள் விற்கும் கடைகள், அறைகலன் விற்கும் கடைகள் போன்றவற்றை எடுத்துக்காட்டாக கூறலாம்.

வினாக்கள்

I) சரியான விடையை தேர்ந்தெடுத்து அடைப்பு குறிக்குள் எழுதுக

1. வெளி நாடுகளிலிருந்து பொருட்களை வாங்குவதற்கு ----- என்று பெயர்.
   அ. இறக்குமதி ஆ. மறு ஏற்றுமதி
   இ. ஏற்றுமதி ஈ. மீட்டு ஏற்றுமதி
   விடை (அ)
2. உற்பத்தியாளர்க்கும் நுகர்வோர்க்கும் இடையில் இருந்து வணிக வளர்ச்சிக்கு உதவுபவர் ---
   அ. வியாபாரிகள் ஆ. இடைநிலையர்கள்
   இ. முகவர்கள் ஈ. ஏலதாரர்
   விடை (ஆ).
3. ஏற்றுமதிக்கென பொருட்கள் இறக்குமதி செய்யப்பட்டால் அவை --- என அழைக்கப்படும்.
   அ. வெளிநாட்டு வியாபாரம் ஆ. உள்நாட்டு வியாபாரம்
   இ. மறு ஏற்றுமதி வியாபாரம் ஈ. வியாபாரம்
   விடை (இ)
4. ஒரு முகவர் ------- என்பவரால் நியமிக்கப்படுபவர்.
   அ. மொத்த வியாபாரி ஆ உரிமையாளர்
   இ. சில்லறை வியாபாரி ஈ. உற்பத்தியாளர்
   விடை (ஆ).

5. ஒரு பண்டகக்காப்பு உரிமையாளர் பொருட்களை ---- ஒப்புக் கொள்வர்.
அ. இருப்பு வைப்பதற்கு ஆ. ஏற்றுமதிக்கு
இ. விற்பதற்கு ஈ. இறக்குமதிக்கு
விடை (அ)
6. மொத்த வியாபாரிகள் ------ அளவில் பொருட்களை வைத்திருப்பர்.
அ. சிறிய ஆ. பெரிய
இ. நடுத்தர ஈ. அளவோடு
விடை (ஆ)
7. ---- சந்தையின் விலை குறைந்த பொழுது பொருட்களை இருப்பு வைத்தும் விலை ஏறும் பொழுது பொருட்களை வெளியே அனுப்பியும் வருவர்.
அ. முகவர் ஆ. வியாபார முகவர்
இ. மொத்த வியாபாரி ஈ. சில்லறை வியாபாரி
விடை (இ)
8. வாங்குபவர்களையும், விற்பவர்களையும் தொடர்புபடுத்தும் பணியில் ஈடுபடுபவர் ----
அ. தரகர் ஆ. கழிவு முகவர்
இ. விற்பனை முகவர் ஈ. இருப்பாளர்
விடை (அ)
9. நிரந்தர இடம் இன்றி சுற்றியவாறு குறைந்த விலையுள்ள பொருட்களை வியாபாரம் செய்வோரை --- என்பர்.
அ. சில்லறை வியாபாரிகள் ஆ. முகவர்கள்
இ. தெருக்கடை வியாபாரிகள் ஈ. சுற்றாடும் வியாபாரிகள்
விடை (ஈ)
10. சிற்றளவு நிரந்தர சில்லறை வியாபாரியும் ----- என்பதனுள் அடங்குவர்
அ. பொது பண்டகசாலைகள் ஆ.தலைச்சுமை அங்காடியர்
இ. மலிவு பொருள் விற்போர் ஈ. கூவி விற்போர்
விடை (அ)

II) பூர்த்தி செய்க

1. வியாபாரப் பணிகள் என்பவை உற்பத்தியாளர்க்கும் ----- இடையே தொடர்பை ஏற்படுத்தும் பணிகளேயாகும். (நுகர்வோர்).
2. வியாபாரம் ----- மற்றும் ------ என இரு வகையாகப் பிரிக்கப்படும். (உள்நாட்டு வியாபாரம், வெளிநாட்டுவியாபாரம்)
3. உள்ளூர் வியாபாரம் என்பதை ----- எனவும் அழைக்கலாம். (உள்நாட்டு வியாபாரம்).

4. உள்ளூர் வியாபாரம் ----- எனவும் ------ எனவும் இருவகையாகப் பிரிக்கப்படும் (மொத்த வியாபாரம், சில்லறை வியாபாரம்)
5. வியாபார முகவர்கள் எனப்படுவோர் ---- இடைநிலையர்கள் எனவும் அழைக்கப்படுவர். (பணிநிலை)
6. ஒரு பண்டகச்சாலை உரிமையாளர் ---- உறுதிமொழிப் பத்திரத்தை வழங்குவர். (பண்டகச்சாலை)
7. கழிவு முகவர்கள் ----- சந்தையிடலில் முக்கிய பங்கு வகிப்பவர். (விவசாயப் பொருட்கள்)
8. ஒரு சில்லறை வியாபாரிகள் ----- பொருட்களை வைத்திருப்பவர் (வேறுபட்ட)
9. குறைந்த விலையுள்ள பொருட்களைச் சுற்றித் திரிந்து விற்போரை --- என அழைப்பர் (சுற்றாடும் வணிகர்).
10. பொதுக்கடைகள் ----- உள்ள ----- பகுதியில் அமைந்திருக்கும். (குடியிருப்போர், மத்திய)

III) பொருத்துக

பிரிவு அ	பிரிவு ஆ
1. பண்டகச் சாலை உரிமையாளர்	அ) ஏலம் கேட்போர்
2. தரகர்	ஆ) பலவிதமான
3. ஏலதாரர்	இ) சில்லறை வியாபாரி
4. மொத்த வியாபாரி	ஈ) கழிவு
5. சில்லறை வியாபாரி	உ) இலாபம்
6. பிணை முகவர்	ஊ) தரகர்
7. வியாபார இடைநிலையர்	எ) பண்டகச்சாலை உறுதிச்சீட்டு
8. வியாபார முகவர்	ஏ) பிணைக்கழிவு
9. கழிவு முகவர்	ஐ) ஒற்றை வழி
10.வியாபாரி	ஒ) தரகு

விடைகள் 1–(எ) 2–(ஒ) 3–(அ) 4–(ஐ) 5–(ஆ)
6–(ஏ) 7–(இ) 8–(ஊ) 9–(ஈ)ரு 10–(உ)

iv) சிறு வினாக்கள்

1. வியாபாரம் என்றால் என்ன?
2. வியாபாரத்தை எத்தனை வகைகளாகப் பிரிக்கலாம்?

3. உள்நாட்டு வியாபாரம் என்றால் என்ன?
4. வெளிநாட்டு வியாபாரம் என்றால் என்ன?
5. உள்ளூர் வியாபாரத்தில் பயன்படும் வழிமுறைகள் யாவை?
6. இடைநிலையர் என்பவர் யார்?
7. மொத்த வியாபாரி – விளக்குக
8. சில்லறை வியாபாரி – விளக்குக
9. வியாபார முகவர் என்பவர் யார்?
10. தரகர் என்பவர் யார்?

v) பெரு வினாக்கள்

1. இடையீட்டாளருக்கும், தரகர்களுக்கும் உள்ள வேறுபாட்டினைக் குறிப்பிடுக.
2. மொத்த வியாபாரிகள் என்பவர் யார்? அவர்களின் தனித்தன்மைகள் யாவை?
3. மொத்த வியாபாரி சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு செய்யும் பணிகள் யாவை?
4. மொத்த வியாபாரி உற்பத்தியாளர்களுக்கு செய்யும் பணிகள் யாவை?
5. மொத்த வியாபாரிக்கும், சில்லறை வியாபாரிக்கும் உள்ள வேறுபாடுகள் யாவை?
6. சில்லறை வியாபாரி என்பவர் யார்? அவருடைய பணிகள் யாவை?
7. சிற்றளவு நிரந்தர சில்லறை வியாபாரிகளின் வேறுபட்ட வகைகளை விளக்குக,
8. குறிப்பு எழதுக.
   அ. கழிவு முகவர்கள்
   ஆ. பிணை முகவர்கள்
   இ. ஏலதாரர்கள்

vi) கட்டுரை வினாக்கள்

1. சரியான வழங்கல் வழிமுறைகளை தேர்ந்தெடுப்பதில் பின்பற்றப்பட வேண்டிய காரணிகள் யாவை?
2. வியாபார முகவர் என்பவர் யார்? அவர்களின் வகைகளைக் குறிப்பிடுக.
3. மொத்த வியாபாரிகளின் நடைமுறைப் பணிகளைக் குறிப்பிடுக.
4. சில்லறை வியாபாரிகளின் நடைமுறைப் பணிகளை விளக்குக.
5. மொத்த வியாபாரி என்பவர் யார்? இவர்களது நடைமுறைப் பணிகளை விளக்குக.

பாடம் – 3

உள்நாட்டு வியாபாரம்

பேரளவு நிலையிடச் சில்லறை வியாபார அமைப்புகள்

நவீன காலங்களில் அதிவேக வியாபார நடவடிக்கைகளின் பெருக்கத்தால், பேரளவில் வாணிகம் விரிவாக்கப்பட்டு பல சில்லறை வாணிக அமைப்புகள் பல்வேறு வகைகளில் பல பகுதிகளில் தோற்றுவிக்கப்பட்டு வருகின்றன.

பேரளவு நிலையிடச் சில்லறை நிறுவனங்கள் பின்வருமாறு. அவை பல வடிவுகளைத் தாங்கியிருக்கும்.

I. துறைவாரிப் பண்டகசாலைகள்(Departmental Stores)

II. மடங்கு கடைகள்(Multiple Shops)

III. நுகர்வோர் கூட்டுறவுச் சங்கங்கள்(Consumer Co-operative Stores)

IV. அஞ்சல் வழி வாணிகம் (Mail Order Business)

V. வாடகைக் கொள்முறை வியாபார நிறுவனங்கள் (Hire Purchase Trading Houses)

VI.சமீபகால வளர்ச்சிகள் (Recent Developments)

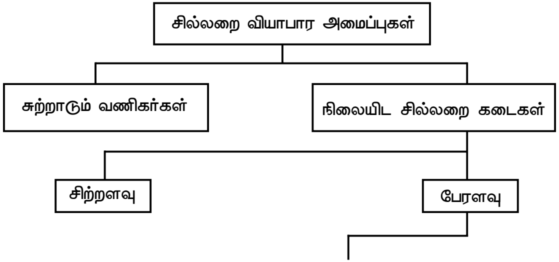
அ. இணைய தள சந்தையிடுகையும், மின்னணு வாணிகமும் (Web Marketing and E-Commerce)

ஆ. தொலைத் தொடர்பு வழி வாணிகம் (Teleshopping)

I. துறைவாரிப் பண்டகச்சாலை

ஒரு நகரத்தின் மையப் பகுதியில் அமைக்கப்பட்டிருக்கும் மிகப்பெரிய சில்லறை வியாபார அமைப்பே துறைவாரிப் பண்டகச்சாலையாகும். அதில் பல துறைகள் இருக்கும். ஒவ்வொரு துறையும் ஒவ்வொரு வகைப் பொருளை வாணிகம் செய்யும். அனைத்துத் துறைகளும் ஒரே நிர்வாகத்தின் கீழ், ஒரே கூரையின் கீழ் ஒருங்கிணைந்து இயங்கி வருவது துறைவாரிப் பண்டகச்சாலை ஆகும்.

முதன் முதலில் துறைவாரிப் பண்டகச்சாலைகள் பிரான்ஸ் நாட்டில் தொடங்கப்பட்டன. 1850–ம் ஆண்டில் இந்த அமைப்பு பிரான்சில் 'பான்மார்ச்' (Bon Morche, Louvre) என்ற பெயரில் ஆரம்பிக்கப்பட்டது. பல்வேறு நாடுகளில் இவ்வகைத் துறைவாரிப் பண்டகச்சாலைகள் செழித்தோங்கி வருகின்றன.



I. துறைவாரி பண்டகச்சாலை
II. மடங்குக் கடைகள்
III. நுகர்வோர் கூட்டுறவுச் சங்கங்கள்
IV. அஞ்சல் வழி வணிகம்
V. வாடகைக் கொள்முதல் முறை வியாபார நிறுவனங்கள்
VI. சமீபகால வளர்ச்சிகள் :
அ) இணைய தள சந்தையிடுகையும் மின்னணு வணிகமும்
ஆ) தொலைத் தொடர்பு வழி வணிகம்

எடுத்துக்காட்டுகள்.

பிரான்சில் பான் மார்ச், லாவ்ரீ (Bon Morche, Louvre) இங்கிலாந்தில் ‘ஹேர்ராட்ஸும்’, ‘செல்பிரிட்ஜசும்’, (Harrods and Selfridges) அமெரிக்காவில் ‘ஸீர்சும்’, ‘ருபெக்கும்’ (Sears and Roebucks) சென்னையில் ‘ஸ்பென்ஸர்ஸ்’ (Spencers) ‘இந்தியாவின் தரைப்படை, கப்பற்படை, பண்டகச்சாலைகள்’ ஆகும்.

ஜி.பி.கில்ஸ்ஸின் கூற்றுப்படி, “ஒரு துறைவாரிப் பண்டகச்சாலை எனப்படுவது பல கடைகள் கூட்டாக ஒரு கூரையின் கீழ், ஒரே நிர்வாகத்தில் ஒவ்வோர் கடையும் தனிப்பட்ட பொருட்களை விற்கும் அங்காடியாக செயல்படுவதாகும்”.

II. துறைவாரிப் பண்டகச்சாலைகளின் சிறப்புக் கூறுகள்

1)ஒரே இடத்தில் பல்பொருள் விற்பனை: துறைவாரிப் பண்டகச்சாலையின் மூலம் நமக்குத் தேவையான அனைத்து வகைப் பொருட்களும் ஒரே இடத்தில் விற்பனை செய்யப்படுகின்றன. ஒரே கூரையின்கீழ் மனிதனுக்குத்

தேவையான எல்லாவகைப் பொருட்களையும் வாங்கிப் பயன் பெற முடியும். துறைவாரிப் பண்டகச்சாலையில் ‘குண்டுசி முதல் வாகனம் வரை’ அனைத்துப் பொருட்களும் கிடைக்கின்றன. மேலும் ஒரே பொருளில் பலவகைகள் இருப்பதால் நுகர்வோர் அவற்றைத் தேர்ந்தெடுத்து வாங்கி திருப்தியடையலாம்.

2)பேரளவு செயல்கள்: இது ஒரு பேரளவு அமைப்பாகும். இந்த அமைப்பு நகரின் முக்கிய வியாபார இடங்களில் அமைந்திருக்கும். பெரும்பாலும் விலை அதிகமுள்ள பொருட்களே இங்கு விற்கப்படுகின்றன.

3)வாங்கும் வசதிகள்: மிகப்பெரிய துறைவாரிப் பண்டகச்சாலைகளில் அஞ்சலகங்கள்,தொலைபேசி நிலையங்கள், வாகனம் நிறுத்தும் இடம், சிற்றுண்டிச் சாலை வசதிகள், படிப்பகங்கள், ஓய்வறைகள் போன்ற அனைத்துப் பொழுதுபோக்கு வசதிகளும் இருக்கின்றன.

4)துறைகளின் ஒருங்கிணைப்பு: ஒரே உரிமையின் கீழும், கட்டுப்பாட்டிற்குள்ளும் அனைத்துத் துறைகளும் செயல்படும். ஒவ்வொரு துறையும் தனித்தே இய ங்கினாலும் மற்ற துறைகளுடன் தொடர்பு கொண்டுள்ளது. இதனால் எல்லாத் துறைகளும் ஒருங்கிணைந்து செயல்பட முடிகிறது.

5)சுயவிளம்பரம்: ஒருதுறை மற்றொரு துறைக்கு விளம்பரமாக அமைகிறது. ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளை வாங்க வேண்டும் என்ற நோக்கத்துடன் இக்கடைக்குள் நுழையும் நுகர்வோர் ஒருவர், பல்வேறு துறைகளைக் கடந்து செல்லும்போது, இத்துறைகளில் உள்ள மற்ற பொருட்களை அவர் முன்னரே வாங்க வேண்டும் என்று எண்ணியிருக்காவிட்டாலும் அவர் மனதில் வாங்கத்தூண்டும் எண்ணத்தை ஏற்படுத்தும் சுயவிளம்பரமாக ஒவ்வொரு துறையும் துணைபுரிகிறது.

அமைப்புமுறை :

துறைவாரிப் பண்டகச்சாலையானது மிகப் பெரிய ஓர் அமைப்பாதலால், வரையறுத்த பொறுப்புடைய தனி நிறுமமாகவோ அல்லது வரையறுத்த பொது நிறுமமாகவோ இது சாதாரணமாக அமைக்கப்படுகிறது. இது ஒரே நிர்வாகத்தின் கீழ் இயங்குகிறது. இது இயக்குனரவையில் (Board if Directors) மேலாண்மை செய்யப்படுகிறது. இயக்குனரவையில் இதன் இறுதிக் கட்டுப்பாட்டு அதிகாரம் உள்ளது. அன்றாட நிர்வாகம், மேலாண்மை இயக்குநரிடம்(Managing Director) ஒப்படைக்கப்படுகிறது.

இவ்வமைப்பு பல துறைகளாகப் பிரிக்கப்பட்டு ஒவ்வொரு துறையும் ஒரு துறை மேலாளரின் மேற்பார்வையில் செயல்படுகிறது.

துறைவாரிப் பண்டகச்சாலையின் நன்மைகள்

i) பேரளவு கொள்முதல்

தயாரிப்பாளர்களிடமிருந்து நேரடியாகப் பேரளவில் துறைவாரிப் பண்டகச்சாலை சரக்குகளைக் கொள்முதல் செய்வதால், அதிகளவு கொள்முதல் மீதான வட்டம் பெறும் வாய்ப்பு உண்டு. இதனால் குறைவான விலையில் சரக்கு கொள்முதல் செய்யமுடிகிறது.

ii) வாடிக்கையருக்கு வாங்கும் வசதிகள்

தங்கள் தேவைகளை நிறைவேற்றிக் கொள்ள நுகர்வோர் ஒவ்வொரு கடையாக ஏறி இறங்க வேண்டியதில்லை. ஒரே கூரையின் கீழ் அனைத்துப் பொருள்களையும் வாங்கிக் கொள்ளலாம். ஒரு துறைவாரிப் பண்டகச்சாலையானது பலவகைப் பொருள்களையும் தன்னகத்தே கொண்டுள்ளதால், வாடிக்கையாளரின் நேரமும், உழைப்பும் மிச்சப்படுகின்றன.

iii) வாங்குதல் மகிழ்வுடன் நடைபெறுகிறது

துறைவாரிப் பண்டகச்சாலையில் ஓய்வறைகள், மனமகிழ்வசதிகள், தேநீர் விடுதிகள், தொலைபேசி வசதிகள் முதலியவை இருப்பதால் மகிழ்வுடனும், மனநிறைவுடனும் வாடிக்கையாளர்கள் சரக்கு வாங்க முடிகிறது. வாடிக்கையாளாரும் கனிவுடன் கௌரவிக்கப்படுவதால் அவர்கள் மிகுந்த மனநிறைவு பெறுகின்றனர்.

iv) தன் விளம்பரம்

ஒவ்வொரு துறையும் அடுத்த துறைக்கு விளம்பரம் செய்வதுபோல் அமைகிறது. பல துறைகள் வழியாக வாடிக்கையாளர்கள் செல்லும்பொழுது, கண்கவர்வண்ணம் அடுக்கி வைக்கப்பட்டுள்ள பொருள்களைக் கண்ணுற்று, ஒவ்வொரு துறையலும் நுழையுமாறு தூண்டப்படுகின்றனர். முன்னர் எண்ணியிராத பொருள்களையும் கூட அவர்கள் வாங்குகின்றனர்.

v) மைய இடவமைப்பு

பொதுவாகத் துறைவாரிப் பண்டகசாலையானது நகரின் மையப் பகுதியில்தான் அமைந்திருக்கும். ஆகவே நகரின் அனைத்துப் பகுதிகளிலிருந்தும் வாடிக்கையர் வந்து செல்லத்தக்க வகையில் அது இருக்க வேண்டும். பிற ஊர்களிலிருந்து வந்து செல்லும் மக்களுக்கு மைய இடவமைபு சிறந்த பயன் நல்கும் சிறப்புக் கூறாகும்.

vi) பேரளவில் இயங்குதலினால் நன்மைகள்

பேரளவில் செயல்படுதலின் எல்லா நன்மைகளும் துறைவாரிப் பண்டகச்சாலைக்குக் கிடைக்கின்றன. தேர்ந்த வல்லுநர்களை நியமித்து, அவர்களின் ஆழ்ந்த சந்தையறிவின் துணைகொண்டு நன்முறையில் சரக்கு கொள்முதல் செய்யலாம். இதனால் நல்ல பயன் கிடைக்கும்.

துறைவாரிப் பண்டகசாலையின் குறைபாடுகள்

i) செயல்முறையில் கூடுதல் செலவு

நகரின் மைய இடத்தில் அமைவதாலும், விளம்பரமும், வாடிக்கையருக்குச் செய்து கொடுக்கப்படும் எண்ணற்கரிய வசதிகளும் செலவைக் கூடுதலாக்குகின்றன. எனவே, இங்குப் பண்டங்களின் விலை கூடுதலாகவே இருக்கும். விற்பனையைக் கவரும் வகையில் குறைந்த விலையில் விற்க முடியாது. தரத்திற்கும், வசதிக்கும் முக்கியத்துவம் அளிக்கும் செல்வந்தருக்கே துறைவாரிப் பண்டசாலை ஏற்றது. ஏழைகளுக்கல்ல என்ற கருத்தும் இதனால் தான் கூறப்படுகிறது.

ii) பொருந்தாத இடவமைப்பு

இது மக்கள் வசிக்கும் இடங்களிலிருந்து தொலைவில் அமைந்திருப்பதால், உடனுக்குடன் வாங்க வேண்டிய சில பொருள்களுக்காக நகரின் மையப் பகுதிக்குச் செல்லப் பெரும்பாலும் மக்கள் தயங்குவர்.

iii) நேரடித் தொடர்பின்மை

இந்த அமைப்பின் உரிமையாளருக்குத் தங்கள் வாடிக்கையாளருடன் நெருங்கிய நேரடித் தொடர்பு இல்லாததினால், அவர்களின் மேல் தனிப்பட்ட அதிக கவனம் செலுத்த முடிவதில்லை. எனவே மக்கள் வேறு சிறிய சில்லறை கடைகளுக்குச் செல்ல விரும்புகின்றனர்.

iv) முதலீடு செய்ய அதிக முதல் தேவைப்படுகிறது

இந்த துறைவாரிப் பண்டகச்சாலையைத் தொடங்கி முதலீடு செய்ய அதிக முதலும், திறமையாக மேலாண்மை செய்ய அதிக மேலாண்மைத் திறமையும் தேவைப்படுகிறது. எனவே குறைவான முதலுடனும், வரையறுத்த திறமையுடனும் உள்ள ஒரு வணிகர் இந்த பண்டகசாலையைத் தொடங்கத் தயங்குகிறார். இந்த வகையான வணிகரின் நடவடிக்கையினால் இந்தியாவில் துறைவாரிப் பண்டகச்சாலையைத் தொடங்கத் தயங்குகிறார். இந்த வகையான வணிகரின்

நடவடிக்கையினால் இந்தியாவில் துறைவாரிப் பண்டசாலைகளின் வளர்ச்சி மிகவும் குறைவாகவே இருக்கிறது.

II) மடங்குக்கடைகள் அல்லது தொடர் பண்டகச்சாலைகள் (Chain Stores)

'மடங்குக் கடை' என்ற பெயரில் உள்ள அனைத்துக் கடைகளும் ஒரே நிர்வாகத்தின் கீழ் எல்லா இடங்களிலும் ஒரே மாதிரியாக அமைக்கப்பட்டுள்ளது. இவை ஐரோப்பாவில் 'மடங்குக் கடைகள்' என்றும், அமெரிக்காவில் 'தொடர் பண்டகச்சாலைகள்' என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.

இந்த மடங்குக் கடைகளுக்கு அதிக முதல் தேவைப்படுவதால் பொதுவாக இந்தக் கடைகள் கூட்டுப் பங்கு நிறும அடிப்படையில் அமைக்கப்பட்டு ஒரே மைய நிர்வாகத்தின் கீழ் மேலாண்மை செய்யப்படுகிறது.

இயக்குநர்கள் அவையிடம்(Board of Directors)இதன் மேலாண்மை (Management) ஒப்படைக்கப்படுகிறது.

வரைவிலக்கணம்

கிளார்கி மற்றும் கிளார்கி அவர்களின் கூற்றுப்படி "ஒரு தொடர் பண்டகச்சாலை என்பது பல்வேறு சில்லறை விற்பனைக் கடைகளை உள்ளடக்கியதாகவும் ஒரே வகையான பொருட்களை விற்பனை செய்வதுடன் ஒரே மேலாண்மையின் கீழ் மையக் கட்டுப்பாட்டுடன் செயல்படுகிறது".

எல்வின் தாமஸ் கருத்துப்படி "ஒரே வகைக் கடைகளின் சங்கிலி வரிசையே இது. இவை அனைத்தின் உரிமையும் ஒரு தொழில் நிறுவனத்திடம் உள்ளது. அனைத்தையும் இதுவே கட்டுப்படுத்துகிறது".

பொருள்

ஒரு நகரத்திலோ அல்லது ஒரு நாட்டின் பல்வேறு பகுதிகளிலோ தனது கிளைகளை நிறுவி வியாபாரம் செய்யும் ஒரு நிறுவனமே மடங்குக் கடை ஆகும். இது ஒரே வகைப் பொருட்களையே விற்பனை செய்யும் கடையாகத் திகழ்கிறது. விற்பனையளவைக் கூட்டிட, மேலும் மேலும் இவ்வகையான கடைகள் திறக்கப்படுகின்றன.

மடங்குக் கடையின் சிறப்புக் கூறுகள்

1.மைய மேலாண்மையும், கட்டுப்பாடும்

மடங்குக் கடைகளின் கிளைகள் சிலவாகவோ அல்லது பலவாகவோ

இருந்தாலும் அவை ஒரே மைய நிர்வாகத்தின் கீழும் கட்டுப்பாட்டின் கீழும் இயங்குகின்றன. பல்வகைக் கிளைகளையும் தலைமையகமே கட்டுப்படுத்தி நிர்வகித்து வருகிறது. ஒவ்வொரு கிளையும் கிளை மேலாளரால் நிர்வகிக்கப்படுகிறது. இக்கிளைகளை மேலாளர்கள் சுயமாக முடிவெடுக்காமல், தலைமையகம் விடுக்கும் கட்டளைகளை ஏற்றுச் செயல்படுவார்கள்.

2.ஒன்று அல்லது ஒரு சில பண்டங்களில் சிறப்புறுதல்

இன்றியமையாப் பொருள்களில் அல்லது அன்றாட வாழ்வில் தேவைப்படும் நீண்டகாலம் உழைக்கத்தக்க பொருள்களின் விற்பனையில் மடங்குக் கடைகள் ஈடுபடுகின்றன. மடங்குக் கடை ஒரே வகையான பொருட்களை அல்லது ஒரு சில வகையான பொருட்களை மட்டும் விற்பனை செய்யும் சிறப்பு அங்காடியாகத் திகழ்கிறது. மடங்குக் கடைகள் பல்வகை நுகர்பொருள் விற்பனையில் ஈடுபடுவதில்லை. எடுத்துக்காட்டாக, "பாட்டா ஷு கம்பெனி" காலணிகளையும், உஷா நிறுமம் இயந்திரங்களையும் ஹிக்கின்பாதம்ஸ் நிறுவனம் புத்தகங்களையும் விற்பனை செய்கின்றன.

3.தரமிக்க பொருட்கள்

இக்கடையில் பொருட்களின் தரம், விலை, போன்றவை எல்லாக் கிளைகளிலும் ஒரே மாதிரியாக விற்பனை நிர்ணயம் செய்யப்படுகிறது. அதனால் இக்கடைகளில் உள்ள பொருட்கள் ஒரே தன்மையுடையவையாக உள்ளன.

4. மையக்கொள்முதல், விற்பனைப் பரவலாக்கம்

அனைத்துக் கிளைகளுக்கும் தேவையான பொருட்களை அதன் தலைமையகமே மையக் கொள்முதல் செய்கிறது. அவற்றின் கிளைகள் உள்ளூரில் சரக்கு வாங்க அனுமதிக்கப்படுவதில்லை.

கொள்முதல் செய்த சரக்குகளை பல்வேறு கிளைகளுக்குத் தேவைப்படும் அளவில் விற்பனைக்காக அனுப்பி வைக்கிறது. எனவே கிளைகளின் மூலம் பொருட்கள் விற்பனை பரவலாக்கப்படுகிறது.

5.ரொக்க விற்பனை

அனைத்துச் சரக்குகளும் ரொக்க விற்பனை அடிப்படையில் விற்கப்படுகின்றன. வாடிக்கையாளருக்குக் கடன் விற்பனை செய்வது கிடையாது. ரொக்கம் செலுத்திப் பெற்றுச் செல்க (Cash and Carry) எனும் கோட்பாடு பின்பற்றப்படுகிறது.

6.விளம்பரத்தன்மை

சாளரக் காட்சியும் வேறுவகையான விளம்பரங்களும் பல்வேறு கிளைகளிலுள்ள ஒரே வகையான பொருள்களுக்கு ஒரே மாதிரி விளம்பரம் செய்யப்படுவதால் நுகர்வோர் இக்கடைகளை எளிதில் அடையாளம் காணமுடிகிறது.

7.கிளைகளுக்கிடையே சரக்கு மாற்றம்

ஒரே கிளையில் தேவைக்கு அதிகமாக இருக்கும் பொருட்கள் இன்னொரு அதிகத் தேவையுள்ள கிளைக்கு எளிதாக மாற்றம் செய்வதோடு அதன் விலையும், தரமும் சீரானதாக இருப்பதற்கு இவ்வகைக் கடைகள் உதவி புரிகின்றன.

மடங்குக் கடைகளின் நன்மைகள்

1.இடைநிலையர்களை நீக்குகிறது

மடங்குக் கடைகளில் உரிமையாளர்,ஒரு தயாரிப்பாளரோ அல்லது மொத்த வியாபாரியாகவோ இருப்பதினால், தயாரிப்பாளருக்கும், நுகர்வோர்களுக்கும் இடையே உள்ள இடைநிலையர்களை இது நீக்குகிறது.

2.மையக்கொள்முதல்

எல்லாக் கிளைகளுக்கும் தேவையாயிருக்கும் பண்டங்கள் ஒரே வகையானதால், மடங்குக் கடையில் தலைமையகமே சிறந்த வல்லுனர் மூலம் அதிக கொள்முதலோ உற்பத்தியோ செய்கிறது. மேலும் சிறப்புத் தேர்ச்சி கொள்முதலின் மூலம் அனைத்துப் பயன்களும் கிடைக்கின்றன.

3.எல்லா இடங்களிலும் ஒரே விலை

எல்லாக் கிளைகளின் கடைகளிலும் சரக்குகள் ஒரே சீரான விலையில் விற்கப்படுகிறது. இது பொதுமக்களுக்கு மிகுந்த நம்பிக்கையை உருவாக்குகிறது.

4.விரைவான அதிக விற்பனை

அன்றாடம் தேவைப்படும் பொருள்களையே மடங்குக் கடைகள் விற்பனை செய்வதால், விற்பனையோட்டம் (Turnover) எல்லா இடங்களிலும் வேகமாகவும், அதிகமாகவும் இருக்கிறது. எனவே அதிக இலாபம் ஈட்டும் வாய்ப்பு ஏற்படுகிறது.

5.விளம்பரச் செலவு குறைவு

அனைத்துக் கடைகளிலும் ஒரே வகையான பொருட்களே விற்பனை செய்யப்படுகிறது. எனவே ஒரே பொருளுக்கு செய்யும் விளம்பரம் அனைத்துக்

கடைகளிலும் உள்ள பொருள்களுக்கும் பொருந்தும். இது விளம்பரச் செலவை மிகவும் குறைக்கிறது.

6.கிளையிடைச் சரக்குநுகர்வு

ஒரு குறிப்பிட்ட கிளையில் சரக்கு வேகமாக விற்பனையாகாவிடில், தேவை அதிகம் உள்ள பிரிதொரு கிளைக்குச் சரக்கை மாற்றிக் கொள்ளலாம். சரக்கு நீண்டநாள் விற்பனையாகாது தேங்கியிருத்தல் இதனால் தவிர்க்கப்படுகிறது.

7.சரக்குப் பற்றாக்குறை

அதே போன்று ஒரு கிளையில் சரக்கு தீர்ந்துவிட்டால, அருகில் உள்ள கிளைகளிலிருந்து உடனடியாகச் சரக்கைத் தருவித்து நிலைமையைச் சமாளித்துக் கொள்ளலாம்.

8.சரக்கைத் திருப்பி அனுப்புதல்

இக்கடைகளின் மூலம் தயாரிப்பாளர்களுக்கும் நுகர்வோர்களுக்கும் நேரடித் தொடர்பு இருப்பதினால் விற்பனை செய்யப்பட்ட பொருட்களின் குறைபாடுகளை உடனடியாகத் தயாரிப்பாளர்களுக்கு எடுத்துச் சொல்ல முடிகிறது.

9.வராக்கடன் இல்லை

ரொக்கத்திற்கு மட்டுமே விற்குமாறு அனைத்துக் கிளைகளும் அறிவுறுத்தப்படுகின்றன. எனவே வராக்கடன் என்ற கேள்விக்கே இடமில்லை.

10.வாடிக்கையருக்கு அருகாமை

பல்வேறு பகுதிகளில் கிளைகளைத் தொடங்குவதன் மூலமாக வாடிக்கையர் இருக்குமிடம் நோக்கி மடங்குக் கடை செல்கிறது. தங்களுக்குத் தேவையானவற்றை வாங்க நுகர்வோர் நெடுந்தொலைவு செல்ல வேண்டியதில்லை.

மடங்குக் கடைகளின் குறைபாடுகள்

1.ஒரு சில பொருள்களில் மட்டும் விற்பனை

மடங்குக் கடையானது குறிப்பிட்ட சில வகைப் பொருள்களை மட்டும் விற்பனை செய்வதால் வாடிக்கையாளர் ஒருவர், தனக்குத் தேவையான அனைத்துப் பண்டங்களையும் ஒரு கட்டிடத்திலேயே வாங்க இயலாது. மேலும் பலவகைப் பொருள்களுள் ஒன்றைத் தேர்ந்தெடுக்கும் வாய்ப்பும் மடங்குக் கடையில் வாடிக்கையருக்கு வழங்கப்படுவதில்லை.

2.தனிக்கவனம் செலுத்த முடியாமை

மடங்குக் கடைகளில் ஒரே வகையான குறிப்பிட்ட ஒரு சில பொருட்கள் மட்டும் விற்பனை செய்வதினால் வாடிக்கையாளர்கள் மத்தியில் தனிப்பட்ட கவனம் செலுத்த முடியாது.

3.வாடிக்கையருக்கு வாங்கும் வசதி வழங்குவதில்லை

வாங்கும் வசதிகளான வாகனம் நிறுத்துமிடம், தேநீர் விடுதிகள், தொலைபேசி வசதிகள், ஓய்வு அறைகள் போன்றவைகள் வழங்கப்படுவதில்லை

4.பயன்குறைந்த மேற்பார்வையும் கட்டுப்பாடும்

பல கிளைகள் பல்வேறு இடங்களில் பரவலாக இருப்பதினால் தலைமையகத்தின் நேரடியான மேற்பார்வையும் கட்டுப்பாடும் மேற்கொள்ள முடிவதில்லை. எனவே இதன்மூலம் ஏற்படும் திறமையின்மையின் விளைவாகச் சில கிளைகளில் மோசடி நிகழ வாய்ப்பு உள்ளளது.

5.விற்பனை அதிகரிக்க ஆர்வமின்மை

ஒரு மடங்குக் கடையின் கிளை மேலாளர், ஒரு சாதாரண தலைமை விற்பனையாளரே. இவருக்கு சரக்குகளைக் கொள்முதல் செய்யவோ, விற்பனை விலையை நிர்ணயம் செய்யவோ எவ்வித அதிகாரமும் கிடையாது. எனவே இதன்மூலம் கிளையின் விற்பனையை அதிகரிக்க முடிவதில்லை. மேலும் உள்ளூர் சூழ்நிலைக்கேற்ப விற்பனையில் மாற்றம் செய்ய கிளை மேலாளருக்கு எவ்வித சுதந்திரமும் இல்லை.

6.கடன்விற்பனையின்மை

"ரொக்கம் செலுத்திப் பெற்றுச் செல்க" (Cash and Carry System) எனும் கோட்பாடு வழுவாது பின்பற்றப்படுவதால், மிகவும் நெருக்கமான, நாணயமிக்க வாடிக்கையருக்குக் கூட கடன்விற்பனை செய்ய முடியாமல் போகிறது. இதனால் விற்பனையைப் பெருக்கிட முடிவதில்லை.

7.வாடிக்கையாளர்களின் எண்ணிக்கையை அதிகரிக்க முடிவதில்லை

இக்கடைகள் பெரும்பாலும் நகரத்தின் உட்பகுதியில் அமைந்திருப்பதினால், வாடிக்கையாளர்களின் எண்ணிக்கையை அதிகரிக்க முடிவதில்லை.

துறைவாரிப்பண்டக சாலைகளுக்கும் மடங்கு கடைகளுக்கும் உள்ள வேறுபாடுகள்

துறைவாரிப்பண்டகச்சாலைகள்	மடங்குக் கடைகள்
1. வரைவிலக்கணம், தோற்றுவிப்பு: துறைவாரிப் பண்டகச்சாலை ஒரே கட்டிடத்தில் பல துறைகளுடன் செயல்படுகிறது.	1. பல்வேறு பகுதிகளில் கிளைகளை தோற்றுவிப்பது மடங்குக் கடைகள் அல்லது தொடர் பண்டகச்சாலைகள் எனப்படும்.
2. இடவமைவு : இந்த பண்டகச்சாலைகள் பெரிய நகரங்களின் மையப்பகுதிகளில் அமைப்பக்கப்படுகின்றன. நகரின் எல்லா பகுதி மக்களும் எளிதாக வந்து செல்லக் கூடிய வகையில் அமைக்கப்படுகின்றன.	2. மடங்குக் கடைகள் பொதுவாக வாடிக்கையாளர்களின் வசிக்கும் இடங்களின் அருகில் அமைக்கப் படுகிறது. எனவே மடங்குக் கடையை நிறுவவேண்டிய இடம் ஒரு பிரச்சனையே அல்ல.
3. சரக்கு வகைகள் : இந்த பண்டகச்சாலைகளில் எண்ணற்ற வகைப் பொருட்கள் விற்பனைக்கு வைக்கப்பட்டுள்ளன.வாடிக்கை–யாளர்களின் அனைத்து தேவை–களையும் ஒரே இடத்தில் பூர்த்தி செய்ய இயலும்.	3. தமது வாடிக்கையாளர் தேர்ந்தெடுத்துக் கொள்ளும் முறையில் பல்வகைப்பண்டங்களை மடங்குக் கடைகள் வைத்திருப்பது இல்லை. எனவே இது வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஒரு சில குறிப்பிட்ட பொருள்களை மட்டுமே விற்பனை செய்து அவர்களின் தேவைகளை பூர்த்தி செய்கிறது.
4. நெகிழ்வுத்தன்மை : இந்த பண்டகச்சாலையை தொடங்கும் போது ஆரம்பத்தில் பல பிரச்சனைகளை எதிர்கொள்ள வேண்டும். (உ–ம்) போதிய நிதி திரட்டல், தக்க இடத்தைத் தேர்ந்தெடுத்தல், வல்லுநர்களை நியமித்தல் போன்றவை ஆகும். இதை மூடிவிடுவதிலும் பல சிக்கல்கள் காணப்படுகின்றன.	4. இந்த அமைப்பை பொறுத்தவரை எப்பகுதியிலும் கிளையொன்றை தொடங்குவது மிகவும் எளிது. அவ்வாறு நட்டம் ஏற்படும் கிளைகளை மூடி விடவும் முடியும்.
5. இடவமைவு மாற்றம் : இது ஒரு பெரிய அமைப்பாக இருப்பதால் இதை ஓரிடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்திற்கு எளிதில் மாற்ற இயலாது.	5. மடங்குக்கடையின் ஒவ்வொரு கிளையும் சிறிய அளவிலேயே இயங்குவதால் விற்பனை குறையும் பொழுது அதை அதே நகரில் வேறு ஒரு நல்ல இடத்திற்கு மாற்றிக்கொள்ள முடியும்..

6. விலை : இந்த பண்டக சாலையின் அன்றாட செலவுகளும், மேல் செலவுகளும் அதிகமாக உள்ளன. இதனால் பொருள்களின் விலை அதிகரிக்கப் படுகிறது. எனவே பொருள்களின் சில்லறை விலையைவிட இவற்றின் விலை அதிகமாக உள்ளது.	6. மொத்தமாக கொள்முதல் செய்தாலும் வேறு பிற சிக்கன செலவினங்கலாலும் மடங்குக் கடையின் விலை சந்தை விலைக்கு சமமாகவோ (அ) குறைவாகவோ இருக்கிறது.
7. வாங்கும் பொழுது வசதிகள் : ஓய்வறைகள், சிற்றுண்டிச் சாலைகள் மற்றும் பல வசதிகளும் இப்பண்டகச் சாலைகள் செய்து தருவதால் வாடிக்கையாளர்கள் ஆர்வமாக சரக்கு வாங்கி மனநிறைவுடன் செல்கின்றனர்.	7. வாடிக்கையாளர் பண்டங்கள் வாங்கும் போது எவ்வகை வசதிகளையும் மடங்குக் கடை செய்து தருவதில்லை.
8. வராக்கடன் : துறைவாரிப் பண்டகச்சாலைகளைப் பொருத்தவரை கடன் விற்பனை ஏற்படுவதால் வராக்கடன் ஏற்படுவதை தவிர்க்க இயலவில்லை.	8. மடங்குக் கடைகள் ரொக்கத்திற்கே சரக்குகளை விற்பனை செய்கின்றன. எனவே வராக்கடன் நட்டம் ஏற்பட வாய்ப்பில்லை.
9. சரக்கு இடமாற்றம் : இதில் வெவ்வேறு வகைப்பொருளை விற்பனை செய்வதால் ஒரு துறையில் சரக்கு தீர்ந்து விடின், அடுத்த துறையிலிருந்து அவற்றைப் பெற்று தட்டுப்பாட்டைச் சமாளிக்க முடியாது.	9. ஒரு மடங்குக் கடையின் கிளை ஒன்றின் சரக்கு தீர்ந்து விடின், பிற கிளைகளிலிருந்து உடனடியாக சரக்கினைப் பெற்று நிலைமையை சமாலிக்க இயலும்.
10. முதல் : இந்த பண்டக சாலைகள் 'குண்டூசி முதல் கப்பல் வரை' பல வகையான பொருள்களை வாங்கி விற்பனை செய்வதால் அதிக முதல் தேவைப்படுகிறது.	10.ஆனால் இதற்கு குறைவான முதலே போதுமானது.
11.விளம்பரம்:இந்த பண்டகச்சாலையில் விற்கப்படும் பொருள்கள் உள்ளூர் வாசிகளின் தேவைகளை நிறைவு செய்வதால், உள்ளூர் விளம்பரமே போதுமானது.	11.இதன் மூலம் கொடுக்கும் விளம்பரத்தால் பல நகரங்களில் உள்ள அனைவருக்கும் உரிய தேவைகளை நிறைவு செய்ய இயலும்.
12.துறைத்தலைவரின் உரிமைகள் : பொருள்களின் விலையை நிர்ணயம் செய்யவும், சூழ்நிலைக்கேற்றவாறு விலையை மாற்றியமைக்கவும் இவருக்கு உரிமை உண்டு.	12.தேவையான பொருள்களை கொள்முதல் செய்வதற்கோ, விலையை நிர்ணயம் செய்வதற்கோ, விலையை மாற்றியமைப்பதற்கோ இவருக்கு உரிமை இல்லை.

III. நுகர்வோர் கூட்டுறவுப் பண்டகச்சாலைகள்

நுகர்வோர் கூட்டுறவுப் பண்டகச்சாலை ஒரு சில்லறை விற்பனை வணிகமாகும். நுகர்வோர்கள், அனைவரம் சேர்ந்து இவற்றைத் தங்களுக்காகவே தொடங்கி இவற்றைத் தானகவே நடத்தி தங்களின் உறுப்பினர்களுக்கே பொருட்களையும் சேவைகளையும் வினியோகம் செய்து பயன் அடைகிறார்கள். இடைத் தரகர்களை நீக்கி, தங்களின் உறுப்பினர்களுக்கே நல்ல விலையில் தரமான பொருட்களை வினியோகம் செய்வதே இந்த பண்டசாலையின் முதன்மையான நோக்கமாகும்.

இந்த பண்டசாலைக்குத் தேவையான அனைத்துப் பொருட்களும் மொத்த வியாபாரியிடமிருந்து மொத்தமாக அதிக அளவில் கொள்முதல் செய்யப்படுகிறது. இது உறுப்பினர்களுக்கு சந்தை விலையிலேயே பொருட்களை விற்பனை செய்கிறது.

இந்த சங்கம் ஈட்டும் இலாபத்தின் ஒரு பகுதியை உறுப்பினர்களுக்குப் பங்காதாயமாகவும் கொள்முதல் அடிப்படையில் மேலூதியமாகவும் வழங்கப்படுகிறது.

வரைவிலக்கணம்

ஜே.ஸ்டீபன்சன் என்னும் அறிஞர், "பொது நல அடிப்படையில் கொள்முதல் செய்து சிக்கனப்படுத்தியும், பொதுவாக விற்பதன் மூலம் இலாபத்தை அதிக அளவு சேர்த்து வைத்துக் கொள்ளும் நோக்குடனும் ஒன்றுபடும் நபர்களின் சேர்க்கையே கூட்டுறவு வழங்கல் சங்கம்" (Co-operative Distribute Society) என்று கூறியுள்ளார்.

தோற்றம்

இங்கிலாந்து நாட்டில் ராக்டேல் என்ற ஊரில் இருந்த 28 நெசவாளர்களின் முன்னோடி முயற்சிகளே கூட்டுறவு வழங்கல் சங்கங்களின் தோற்றத்திற்கு அடிப்படைக் காரணமாகும். 1844–ம் ஆண்டில் ராக்டேல் முன்னோடிகள் நேர்மைச் சங்கம் என்ற அமைப்பை இந்நெசவாளிகள் உருவாக்கினர்.

நுகர்வோர் கூட்டுறவு பண்டகச்சாலையின் சிறப்புக் கூறுகள்

1. தன்னிச்சையாக சேரும் சங்கம்

கொள்ளை இலாபம் அடிப்போரின் பிடியிலிருந்து தங்களைக் காத்துக் கொள்ளும் நோக்குடன் நுகர்வோர் தாமாகவே ஒன்றுகூடி தன்னிச்சையாக உருவாக்கும் அமைப்பே கூட்டுறவு நுகர்வோர் சங்கமாகும். கூட்டுறவுச்சங்கங்கள்

சட்டத்தின் கீழ் இவை பதிவு செய்யப்படுகின்றன. இவற்றைத் தொடங்கிடக் குறைந்தது பத்து நபர்களாவது ஒன்று சேரவேண்டும்.

2.முதல்

தொழிலமைப்புகள் அவற்றின் உரிமையாளரிடமிருந்து முதல் பெறுவது இயல்பு. அவ்வாறே கூட்டுறவுச் சங்கமும் அதன் உறுப்பினரிடமிருந்து பங்கு முதல் பெறுகிறது. ஏழை எளிய மக்களும் அதன் பங்குகளை வாங்க உகந்தவண்ணம் பங்குகளின் முகமதிப்பு குறைவானதாகவே இருக்கிறது.

3.மேலாண்மை

தங்களுக்காகவே தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட உறுப்பினர்களைக் கொண்ட நிர்வாகக் குழு அல்லது மேலாண்மைக் குழு ஒன்று உள்ளது. பண்டகச்சாலை பின்பற்றவேண்டிய கொள்கைகளை அதுவே வகுக்கிறது. அன்றாட நிர்வாகம், ஊதியம் பெறும் அலுவலர்களிடம் ஒப்படைக்கப்படுகிறது.

4.ரொக்க விற்பனை

பொதுவாக இச்சங்கங்கள் ரொக்க விற்பனைக்கே முக்கியத்துவம் கொடுக்கின்றன. எனவே வராக்கடன் நட்டம் தவிர்க்கப்படுகிறது. ஆனால் தற்பொழுது கடன் விற்பனையையும் அனுமதிக்கப்படுகிறது. மேலும் பெரும்பாலான பொருட்கள் நல்ல முறையில் கட்டுமம் (Package) செய்யப்பட்டு, வாடிக்கையாளர்களுக்கு விற்பனை செய்யப்படுகின்றன.

5.இலாபப் பகிர்வு

கூட்டுறவுச் சங்கம் ஈட்டும் இலாபம் முழுவதும் வழங்கப்படுவதில்லை. வழங்கப்படும் பங்காதாயம் ஒரு குறிப்பிட்ட விழுக்காட்டிற்கு மேல் மிகக்கூடாது. மேலும் தாங்கள் வாங்கும் சரக்கின் அடிப்படையில் உறுப்பினர்களுக்கு மேலூதியம் (Profit Distribution) வழங்கப்படுகிறது. இது பரவுப் பங்காதாயம் (Patronage Dividend) எனவும் அழைக்கப்படுகிறது. இலாபத்தின் ஒரு பகுதி பொது நல நோக்கத்திற்காகவும் (Common Good Purpose) செலவிடப்படுகிறது.

6.அடிப்படைக்கோட்பாடுகள்

இக்கூட்டுறவு அமைப்புகளின் அடிப்படைக் கோட்பாடுகள் வருமாறு எவரும் உறுப்பினராகும் உரிமை, நியாயவிலையில் கலப்படமற்ற பொருள்களை வழங்கல், குடியாட்சி முறையில் மேலாண்மை ஆகியவையாகும். உறுப்பினர் ஒருவர் தான் எத்தனைப் பங்குகளை வைத்திருப்பினும், 'ஒரு நபருக்கு ஒரு வாக்கு' ('One Man, One Vote') என்ற கோட்பாடு பின்பற்றப்படுகிறது. இதன்மூலம் நிர்வாகத்தில்

பணம் படைத்தோரின் ஆதிக்கத்தைக் குறைப்பதில் இவ்வாக்குரிமை சிறந்த பாதுகாப்பாக அமைகிறது.

நுகர்வோர் கூட்டுறவுப் பண்டகச்சாலையின் நன்மைகள்

1.கூட்டுறவுப் பண்டகச்சாலையின் பங்கு குறைந்த மதிப்பில் இருப்பதால், சமுதாயத்தின் நலிந்த பிரிவினரும் அதன் உறுப்பினராகி அதன் பயனைப் பெற முடிகிறது.

2.'ஒருவருக்கு ஒரு வாக்கு' என்ற கோட்பாடு பின்பற்றப்படுவதால், மக்களாட்சி முறையில் இது இயங்குகிறது.

3.கலப்படமற்ற பொருள்கள் வழங்கப்படுவதால், உறுப்பினர்கள் பெரிதும் பயன்பெறுகின்றனர். கட்டுப்பாட்டுப் பொருள்கள் (Controlled Goods) உறுப்பினர்களுக்கு எளிதில் கிடைக்க வழி செய்யப்படுகிறது.

4.தட்டுப்பாடு மிகுந்த காலங்களில் கூட, விலை ஏற்றப்படுவதில்லை. அடக்கவிலையுடன் குறிப்பிட்ட இலாப விகிதமே சேர்க்கப்பட்டு விலை தீர்மானிக்கப்படுகிறது.

5.குறைவாக எடை போடுதல், தவறான எடைக்கல்லைப் பயன்படுத்துதல், குறைவானஅளவு போன்ற நேர்மையற்ற முறைகள் கூட்டுறவு நிறுவனத்தில் இருப்பதில்லை.

6.உறுப்பினர்கள் தாங்கள் வாங்கும் சரக்கின் அடிப்படையில் மேலூதியம் பெறுவதால், அவர்களின் தொடர்ந்த ஆதரவு கிடைத்திட வழி பிறக்கிறது.

7.பொதுவாக ரொக்கத்தின் அடிப்படையிலேயே விற்பனை நிகழ்வதால், வராக்கடனால் ஏற்படும் நட்டம் தவிர்க்கப்படுகிறது.

8.இந்தியாவில் கூட்டுறவுச் சங்கங்கள் முற்றிலும் அரசு ஆதரவுடன் இயங்குகின்றன. அவற்றிற்குப் பல சலுகைகள் வழங்கப்படுகின்றன. மேலும் அரசு அலுவலர்கள் அவ்வப்பொழுது அவற்றின் கணக்குகளைத் தணிக்கை செய்கின்றனர்.

குறைபாடுகள்

1.தங்களின் அறியாமையாலும், கல்லாமையின் காரணத்தாலும் உறுப்பினர்கள் தங்களுடைய உரிமைகளையும், பொறுப்புகளையும் உணர்வதில்லை. எனவே, பெரும்பான்மையான சங்கங்களில் செல்வந்தரின் ஆதிக்கம் நீடிக்கிறது.

2.மோசடிகளும், குற்றங்களும், முறைகேடுகளும் கூட்டுறவுச் சங்கங்களில் கூட அதிகம் காணப்படுகின்றன.

3.பண்டகச்சாலையை நிர்வகிப்போருக்கு ஊக்க ஊதியம் ஏதும் தரப்படாமையால், அது நிர்வாகத் திறமைக் குறைவிற்கு வழிகோலுகிறது.

4.கொள்முதல் பணியில் போதிய கவனம் செலுத்தப்படுவதில்லை. எனவே தவறான நோக்குக் கொண்டோர், தங்கள் பதவியைப் பயன்படுத்தித் தரம் குறைந்த பொருள்களைக் கொள்முதல் செய்வதற்கு வழி உண்டாகிறது.

IV. அஞ்சல்வழி வாணிக நிலையங்கள்

அஞ்சல் மூலமாக பொதுமக்களிடமிருந்து பொருட்களுக்கு ஆணைகளைப் (Orders) பெற்று வியாபாரம் செய்தலை அஞ்சல்வழி வாணிகம் என்று கூறுகிறோம். வாடிக்கையாளரிடமிருந்து பெறும் ஆணைகளுக்குரிய சரக்கினை அஞ்சல் மூலம் வாடிக்கையாரின் வீட்டிற்கே வாணிகர் அனுப்பி வைக்கிறார்.

வாடிக்கையர்கள் நேரடியாகக் கடைகளுக்குச் சென்று சரக்குகள் வாங்குவதை (Personal Shopping) இது தவிர்க்கிறது. பொருட்களை விற்பதும், வாங்குவதும் அஞ்சல் மூலமாகவே நடைபெறுகிறது.

அஞ்சல்வழி வாணிகத்தின் சிறப்புக் கூறுகள்

1.வாடிக்கையாளர்களுடன் தொடர்பு

வாங்குபவர்களுக்கும், விற்பவர்களுக்கும் இதில் நேரடித் தொடர்பு இல்லை. நாடு முழுவதும் நுகர்வோர் பரவியிருப்பதினால் அவர்கள் அனைவரும் தமக்குத் தேவையானப் பொருட்களை அஞ்சல் மூலம் ஆணையிட்டுப் பெற்றுக் கொள்ளலாம்.

2.விளம்பரம்

தொலைக்காட்சி, வானொலி, செய்தித்தாள்கள், பருவ இதழ்கள் போன்றவைகளின் மூலம் எல்லா இடங்களுக்கும் அஞ்சல் வழி வாணிக நிறுவனங் கள் பரவலாக விளம்பரம் தருகின்றன.

3.முகவரிப் பட்டியல் தயார் செய்தல்

முதற்பணியாக முகவரிப் பட்டியல் ஒன்றை அஞ்சல்வழி வாணிகம் தயார் செய்கிறது. இதில் வாங்கவிருக்கும் வாடிக்கையாளர்களின் பெயர்கள், முகவரி போன்ற விவரங்கள் அதில் குறிக்கப்பட்டிருக்கும். பல்வேறு இடங்களிலிருந்து இந்த விவரங்களை இது சேகரிக்கிறது.

எடுத்துக்காட்டாக இது நகராட்சிகளின் முக்கிய ஏடுகளிலிருந்து தகவல்களை சேகரிக்கிறது. மேலும் இது நூல் வெளியீட்டு நிறுவனம் கல்லூரிகள் மற்றும் பள்ளிகளில் பணிபுரியும் ஆசிரியர்களின் பெயர்களையும், முகவரிகளையும்

சேகரித்து வைத்துக் கொள்ளும். இவற்றின் மூலம் இது நூலை வெளியிடும்பொழுதெல்லாம், அந்நூலின் சிறப்புக் கூறுகளை துண்டேடு (Leaflet) விலைப்பட்டியல், நூலின் மாதிரிப் படிகள் போன்றவற்றை இலவசமாக வாடிக்கையாளர்களுக்கு அனுப்பி ஆணைகளைப் பெறுகிறது.

4.சரக்கு ஆணைகளைப் பெற்று சரக்கை அனுப்புதல்

சரக்கனுப்பக் கோரும் ஆணைகளைப் பெற்றவுடன், சரக்குகளை முறையாகக் கட்டுமம் (Package) செய்யப்பட்டு, பதிவுப் பார்சல் அஞ்சல் வழியோ அல்லது பதிவு புத்தக அஞ்சல் வழியோ வாடிக்கையாளர்களுக்கு அனுப்பப்படுகிறது. ஆனால் பொதுவாக இவ்வகைச் சரக்குகள், சரக்கு, மதிப்பு, செலுத்தத்தக்க அஞ்சல் (V.P.P. Value Payable by Post) வழியாக அனுப்பப்படுகிறது. சாதாரணமாக, ஆணை அனுப்பும்பொழுதே அதற்குரிய விலையையும் செலுத்திட வேண்டும். ஆனால் இதன்மூலம் அஞ்சல் துறையினரிடம் சரக்குக்குரிய பணத்தைச் செலுத்தியவுடன், வாடிக்கையர் சரக்கைப் பெற்றுக் கொள்ளலாம். அனுப்பவேண்டிய சரக்கு அதிகப் பருமனுடையதாக இருப்பின், இரயில்வே பார்சல் மூலம் அல்லது லாரி மூலம் அனுப்பப்படுகிறது.

5.பொருத்தமானப் பொருட்கள்

எல்லாவகைப் பொருள்களும், அஞ்சல் வழி வாணிகத்திற்கேற்றதல்ல, தரப்படுத்தப்பட்டு, வாணிகப் பெயரிடப்பட்ட சரக்குகளே சாலச்சிறந்தவை. ஏனெனில் இவற்றை நுகர்வோர் எளிதில் அடையாளம் கண்டு கொள்ளவும், இன்ன தன்மைகளை உடையன என்று புரிந்துகொண்டு சரக்குகளை ஆணையிடவும் முடியும். மேலும் சரக்குகள் அதிக இடத்தை அடைத்துக் கொள்வதாகவும், எடை அதிகமாக உள்ளனவாகவும் இருக்கக்கூடாது. பொதுவாக கைக்கடிகாரங்கள், பேனாக்கள், புத்தகங்கள், மருந்துகள் போன்றவை இவ்வகையான வாணிகத்திற்கு ஏற்றவையாகும்.

அஞ்சல்வழி வாணிகத்தின் நன்மைகள்

அ) நுகர்வோரைப் பொறுத்தவரை

1.வீட்டிலிருந்து கொண்டே நுகர்வோர்கள் தங்களுக்குத் தேவையான பொருட்களைப் பெறமுடிகிறது. சில்லறை விற்பனையாரிடம் சென்று சரக்கு வாங்கப் பயணம் மேற்கொள்ளத் தேவையில்லை. இதனால் அவர்களுக்கு நேரமும் பணமும் மிச்சப்படுகின்றன.

2.அஞ்சல்வழி மூலம் வரும் சரக்கினைப் பெறும் வரை, வாடிக்கையர் சரக்கின் விலைத்தொகையினை செலுத்தத் தேவையான நடவடிக்கையை மேற்கொள்ளலாம்.

3.உள்ளூரில் கிடைக்கப் பெறாத பொருட்களை அஞ்சல்வழி மூலம் பெற்றுக்கொள்ளலாம்.

ஆ)விற்பவரைப் பொறுத்தவரை

1.கண்கவர் சாளரக் காட்சி முறைகளுக்கென (Window Display) அதிகச் செலவு செய்யத் தேவையில்லை. விற்பாண்மையரை நியமிக்க வேண்டியதில்லை. இக்காரணங்களால் இயக்கச் செலவுகள் மிகவும் குறைகின்றன.

2.குறைந்த முதலுடன் இவ்வகை வாணிகத்தை தொடங்க முடியும். ஆணைகளைப்பெற சரக்கு அனுப்பக் கோரும் ஆணைகளைப் பெற்றவுடன், சரக்குகள் முறையாக கட்டுமம் செய்யப்பட்டு, பதிவு பார்சல் அஞ்சல் வழியோ அல்லது பதிவு புத்தக அஞ்சல் வழியோ வாடிக்கையருக்கு அனுப்பப்படுகிறது.

3.சரக்கு, மதிப்பு, செலுத்தத்தக்க (V.P.P.) வழியாகச் சரக்குகளை அனுப்பும்போது, வராக்கடனால் ஏற்படும் நட்டம் தவிர்க்கப்படுகிறது.

4.சரக்குகளைச் சேகரித்து சேமித்து வைக்க வேண்டியதில்லை. சரக்காணைப் பெற்றவுடன் சரக்குகளை சேகரிக்கத் தயாராகலாம்.

5.பொருட்களை விற்பனை செய்ய நாடு முழுவதும் பரவலான பெரிய சந்தை, விற்பனையருக்குக் கிடைக்கிறது.

6.விற்பனை நிலையத்தை எங்கு வேண்டுமாயினும் நிறுவலாம். நகரின் மையப் பகுதியில் தான் இருக்க வேண்டும் என்பதில்லை.

அஞ்சல்வழி வாணிகத்தின் குறைபாடுகள்

1.சரக்கு வேண்டி ஆணையிடும் முன்னர் சரக்குகளைப் பார்த்துத் தேர்ந்தெடுக்கும் வாய்ப்பு வாங்குநருக்குக் கிடைப்பதில்லை. வாங்குநர் நினைத்த சரக்குகளல்லாமல், வேறு சரக்குகளை விற்குநர் அனுப்ப நேரிடலாம்.

2.விளம்பரத்திற்குப் பெரும்செலவு மேற்கொள்ள வேண்டியுள்ளது. மேலும் சரக்கு விவரப்பட்டியலையும் (Catalogue) விலைப்பட்டியலையும் (Price List) அவ்வப்பொழுது அச்சிட்டு, சரக்கு வாங்கயிருப்போருக்கு அனுப்புவதால், கூடுதல் செலவுகள் ஏற்படுகிறது.

3.படிப்பறிவற்ற மக்களுக்கு இந்த வாணிகம் ஏற்றதல்ல.

4.வாடிக்கையர், பெரும்பயனாய் கருதும், கடன்விற்பனை பெரும்பாலும் அனுமதிக்கப்படுவதில்லை.

5.ஏமாற்றும் எண்ணங்களைக் கொண்ட சில விற்குநர்கள் போதிய அனுபவமற்ற பாமர மக்களை அஞ்சல்வழி வாணிகத்தில் ஏமாற்றும் வாய்ப்பு அதிகமுண்டு.

6.சரக்கை வாங்குமுன் சரக்கு பற்றிய விவரங்களை அறிய, அஞ்சல் செலவு மற்றும் அதற்கு எடுத்துக் கொள்ளும் நேரம் அனைத்தும் தேவையற்றது.

7.வணிக வீழ்ச்சியின் காரணங்களை விற்பவரால் எளிதில் கண்டுபிடிக்க முடியாது.

8.நெடுந்தொலைவிலிருந்து சரக்கு வேண்டியிருப்பின், சிலவேளைகளில் கால தாமதம் ஏற்படலாம். எனவே உடனடித் தேவைகளுக்கு அஞ்சல் வழி வாணிகம் பொருத்தமானதல்ல.

V. வாடகைக்கொள்முதல்முறை வியாபார நிறுவனங்கள்

பொருள் வாங்குவோர் அதன் விலையைப் பல மாதங்கள் அல்லது ஆண்டுகள் நீடிக்கும் தவணைகளில் செலுத்த ஒப்புக் கொள்ளும் முறை வாடகைக் கொள்முறை எனப்படுகிறது.

ஒப்பந்தத்தில் கையெழுத்திட்டவுடன் பொருள்களின் உடைமையை வாங்குநர் பெற்றபொழுதிலும், அதன் உரிமையானது அவர் இறுதித் தவணையைச் செலுத்தும் வரை விற்றவரிடமே இருக்கும். அதாவது அதுவரை விற்குநரே விற்ற பொருளின் உரிாமையாளராக இருக்கிறார்.

வாடகைக்கொள்முதல்முறையின் சிறப்புத் தன்மைகள்

i) வாடகைக்கொள்முதல்முறை விற்பனையும் கடன்விற்பனையைப் போன்றது.

ii) பொருளின் உடைமை தன்னை விட்டுச் சென்ற பிறகும் கூட விற்பனையாளரே அதன் உரிமையாளராக ஆகிறார்.

iii) கடைசித் தவணையை செலுத்திய பின்னர்தான் வாங்குபவர் பொருளின் உரிமையாளராக ஆகிறார்.

iv) வாங்குபவர் தவணைத் தொகையைச் செலுத்தத் தவறின், அவரிடமிருந்து பொருளை மீண்டும் பெற்றிடும் உரிமை விற்பவருக்கு உண்டு.

v) தொலைக்காட்சி, வானொலி, மின்விசிறி போன்ற நெடுநாள் பயன்தரக்கூடிய பொருள்கள் மட்டுமே வாடகை முறையில் விற்பதற்கு ஏற்றவை. வாடகைக் கொள்முறையைப் போன்றே வேறொரு முறையும் உண்டு. அது தவணை விற்பனை முறை எனப்படும். இதை நீள் பயன் செலுத்தும் தவணை முறை (Deferred Payment system) என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.

தவணைமுறை விற்பனை

இம்முறையில் கூட ஒப்புக்கொள்ளப்பட்ட தவணைகளில் விலை செலுத்தப்படுகிறது. ஆனால் முதல் தவணைத் தொகையைச் செலுத்தியவுடனேயே வாங்குபவர் அப்பொருளின் உரிமையாளராகிறார். இவ்வாறு இவ்விரு முறைகளுக்குமுள்ள அடிப்படை வேறுபாடானது, வாடகை–விற்பனை முறையில், இறுதித் தவணையைச் செலுத்தும் வரை பொருளின் உரிமை விற்குபவரிடமே இருக்கும். தவணை விற்பனை முறையில், முதல் தவணையைச் செலுத்தியவுடன் வாங்குநர் உடனடியாக அதன் உரிமையாளராகிறார்.

வாடகைக்கொள்முதல்முறையின் நன்மைகள்

i) விலையுயர்ந்த பொருள்களைக் கூட நுகர்வோர் வாங்க முடிகிறது. காரணம் யாதெனில் வாடகைக் கொள்முறையில் பொருள்களின் விலை பல மாதங்களில் தவணைகளாகச் செலுத்தும் வசதி இருக்கிறது.

ii) இம்முறை பொருள் விற்பனையைப் பன்மடங்காய்ப் பெருகியிருக்கிறது.

iii) இம்முறை விற்குநருக்கு மிகவும் ஏற்றது. ஏனெனில் வாங்குநர் தவணைத் தொகையைச் செலுத்தத் தவறின், விற்ற பொருளை மீண்டும் பெற்றுக்கொள்ளும் உரிமை விற்குநருக்கு உண்டு.

iv) தவணைமுறையில் பல மாதங்கள் கடன் தொகையைக் கட்ட வேண்டியிருப்பதால், இம்முறை கட்டாயமாகச் சேமிக்கும் பழக்கத்தை வாங்குபவர்களிடையே உண்டாக்குகிறது.

வாடகைக்கொள்முதல்முறையின் குறைபாடுகள்

i) எளிதான விலையைச் செலுத்த முடியுமாதலால், தங்கள் தகுதிக்கு மீறிய விலையுயர்ந்த பொருள்களையும் நுகர்வோர் வாங்க முற்படுகின்றனர். இதனால் ஆடம்பரப் பொருள்களை வாங்கும் வகையில் செலவு செய்யும் போக்கு பெருகுகிறது.

ii) குறிப்பிட்ட காலம் வரை, பல தவணைகளில் விலை செலுத்த வேண்டியிருத்தலால், நுகர்வோர் தம் எதிர்கால வருமானத்தை அடமானம் வைப்பது போலாகிறது.

iii) ரொக்க விலையை விடத் தவணைக் கொள்முதல் விலை கூடுதலாக உள்ளது.

iv) தவணைத் தொகை செலுத்தத் தவறும்பொழுது விற்ற பொருளை மீண்டும் பெற்றிடும் உரிமை விற்குநர்க்கு இருந்தபோதிலும், மீண்டும் இவற்றை விற்பது

எளிதன்று. ஏனெனில் பயன்படுத்தப்பட்ட பழைய பொருட்களை (Second-hand goods) சந்தையில் விற்பது மிகவும் கடினம்.

வாடகைக்கொள்முதல்முறைக்கும், தவணைமுறை விற்பனைக்கும் இடையே உள்ள வேறுபாடுகள்

வாடகைக்கொள்முதல்முறை	தவணைமுறைவிற்பனை
1. விற்பனை ஒப்பந்தம் : இது ஒப்பந்த விற்பனை அல்ல ஏனெனில் இறுதித் தவணையைச் செலுத்தும் வரை பொருளின் உரிமை விற்பனையாளரிடமே உள்ளது.	1. இது ஒரு ஒப்பந்த விற்பனையாகும். ஏனெனில் முதல் தவணைத் தொகையைச் செலுத்தியவுடனேயே வாங்குபவர் உரிமையாளர் ஆகிறார்.
2.பொருளை வாங்கியவரின் உரிமைகள்: பொருளை வாங்கியவர் அதை வாடகைக்கோ அல்லது விற்கவோ அல்லது அடகு வைக்கவோ முடியாது.	2. பொருளை வாங்கியவருக்கு அப்பொருளின் மீது முழு உரிமையும் அவருக்கிருப்பதால், அவர் அப்பொருளை எதுவும் செய்யலாம்.
3. நடவடிக்கை : தவணைத் தொகையைச் செலுத்தத் தவறினால், வாங்கியவரிடமிருந்த பொருட்களைத் திரும்ப எடுத்துக் கொள்ளவும், இதுவரை செலுத்தியத் தொகையைத் திருப்பி அளிக்காமலும் இருக்க விற்பனையாளருக்கு உரிமை உண்டு.	3. தவணைத் தொகையை வாங்கியவர் செலுத்தத் தவறினால், அப்பொருளை மீண்டும் திரும்ப எடுத்துக் கொள்ள ஒரு விற்பனையாளரால் முடியாது. ஆனால் தனது தொகையை பெற சட்டப்படியான நடவடிக்கையை வாங்கியவர் மீது எடுக்கலாம்.
4. வராக்கடன் : விற்ற பொருட்களின் உரிமை விற்பனையாளரிடம் இருப்பதால் வராக்கடன் போன்ற நட்டங்கள் இதில் அதிகம் ஏற்படுவதில்லை.	4. பொருளை வாங்கியவர் முழுத் தொகையைச் செலுத்துமுன் பொருளின் உரிமையாளராகி விடுவதால், வராக்கடன் போன்ற இழப்புகள் ஏற்பட அதிகவாய்ப்புண்டு.

சமீப கால வளர்ச்சிகள்

அ) இணைய தள சந்தையிடுகையும், மின்னணு வாணிகமும்(Web Marketing and Electronic Commerce)

ஆ) தொலைத் தொடர்பு வழி வாணிகம் (Teleshopping)

அ) இணையதள சந்தையிடுகையும், மின்னணு வாணிகமும்

1. முன்னுரை

வியாபாரம் மற்றும் வாணிகத்தில் காணப்படும் வளர்ச்சியானது இணையதளம் (Internet) மற்றும் மின்னணு வாணிகத்தின் (E-commerce)தேவையை அதிகரித்துள்ளளது. தற்பொழுது உலகளாவிய சந்தையில் பொருட்களும் சேவைகளும் பரந்து விரிந்து காணப்படுகின்றன. இது சந்தையிடுதல், விற்பனை செய்தல், சரக்கை அனுப்புதல், சேவை செய்தல் மற்றும் பணம் செலுத்துதல் போன்ற வர்த்தகரீதியான செயல்களை மின்னணு வாணிகத்தின் மூலம் செயல்படுத்தி வருகிறது.

2. இணையம் (Internet)

இணையம் என்பது உலகளாவிய கணினிகளின் வலையமைப்பு ஆகும். இது அளவில்லாத தகவல்களை அளித்து வருகிறது. இது உலகளாவிய உயர்திறன் கொண்ட கணினிகளின் வலையமைப்பு (International Network of Computers) தொகுப்பாகும். அவை ஒன்றோடொன்று இணைப்புக் கம்பிகளாலும், தொலைபேசி இணைப்புகளாலும், நுண் அலைகளாலும், செயற்கைக் கோள்மூலம் வலை அமைப்பு (Network) செய்யபட்டுள்ளன.

இந்த இணையமானது வேலையாட்கள், வாடிக்கையாளர்கள், பொருட்களை அளிப்பவர்கள் மற்றும் வர்த்தகக் கூட்டாளிகள் ஆகியோர்களிடையே, உலகளாவிய தகவல் பரிமாற்றம், சேர்ந்து செயல்படுதல் ஆகியவற்றிற்கு உறுதுணையாக செயல்படுகிறது. பல நிறுவனங்களில் உறுப்பினர்கள் மற்றும் பலவித இருப்பிடங்களில் வாழும் மக்கள் ஆகியோர், சந்தையை விரிவுபடுத்துதல், பொருட்களின் தரம், சேவைகளைக் கட்டிக்காத்தல் ஆகியவற்றில் ஒன்று சேர்ந்து செயல்பட இது வழி வகுக்கிறது.

3. மின்னணு வாணிகம் (E-commerce)

மின்னணு வாணிகம் என்பது எழுத்து பூர்வமாக இல்லாத (Paperless) தொழில் நுட்பங்களை அடிப்படையாக் கொண்ட வலை அமைப்பு உடைய இணையத்தின் மூலம் நடைபெறும் வர்த்தக தகவல் பரிமாற்றத்தைக் (Exchange of Business Information) குறிக்கிறது.

முன்பெல்லாம் நுகர்வோர் கடை கடையாகச் சென்று தனக்கு வேண்டிய பொருளைத் தேர்ந்தெடுத்து, பேரம்பேசி, கொள்முதல் செய்வதற்கு நிறைய கால அவகாசம் இருந்தது. வாங்கும் பொருளீன் தரம், மற்றும் அளவினைப்

பொறுத்து, இந்த முழு செயல்பாடும் சில மணி நேரங்களிலோ அல்லது வாரக் கணக்காகவோ நடைபெற்று வந்தது. இன்று அனைத்து நிகழ்ச்சிகளும் செயல்பாடுகளும் முழுமையாக மாறியுள்ளன.

இன்றைய உலகின் அனைத்து செயல்பாடுகளுமே மின்னணுவைச் சார்ந்து நடைபெற்று வருகின்றன. மின்னணு வாணிகம் என்பது எழுத்து பூர்வமாக இல்லாத கீழ்க்கண்டவைகளைப் பயன்படுத்தும் தகவல் பரிமாற்றமாகும்.

மின்னணு தரவு பரிமாற்றம்	–	E-DI-Electronic Date Interchange
மின்னணு நிதி மாற்றம்	–	E-FI-Electronic Funds Transfer
மின்னணு ரொக்கம்	–	E-Cash-Electronic Cash
மின்னணு முத்திரை வரி வில்லை	–	E-Stamp-Electronic Stamp
மின்னணு வாணிகம்	–	E-Commerce - Electronic Commerce

4. வர்த்தகப் பயன்பாட்டுகள் (Business Applications)

இந்தப் பகுதியில் மின்னணு வாணிகத்தின் சில வர்த்தகப் பயன்பாட்டுகள் (Business Applications of E-Commerce) பற்றி நாம் தெரிந்துகொள்வது அவசியமாகும். வர்த்தகம்–நுகர்வோர் (Business to Consumer) வர்த்தகம் – வர்த்தகம் மற்றும் உள்நாட்டு வர்த்தக செயல்பாட்டு முறைகள் போன்றவை முக்கியமான சில வர்த்தகப் பயன்பாட்டுக்கள் ஆகும்.

i) வர்த்தகம் – நுகர்வோர்

மின்னணு வாணிகமானது வர்த்தகத்திற்கும், நுகர்வோர்களுக்கும் இடையே நடைபெறும் நுகர்வோரின் தன்மை, வர்த்தக செயல்பாட்டு முறைகள் மற்றும் சந்தைகள் மீது நவீன தகவல் தொழில்நுட்ப முறைகள் ஏற்படுத்தும் தாக்கத்தை அதிகப்படுத்தி வருகிறது. இது மின்ணனு வாணிகம்,நுகர்வோரின் தன்மை, வர்த்தக செயல்பாடுகள் மற்றும் போட்டிகளுக்கிடையே உட்தொடர்புகளை (Interrelations) ஏற்படுத்துகிறது. இணையதளத்தின் மூலம் சில்லறை வியாபாரம் (Retailing on the web) செய்வது இதற்கான ஓர் எடுத்துக் காட்டாகும்

ii) வர்த்தகம் – வர்த்தகம்

வர்த்தகம் – வர்த்தகம் மின்னணு வாணிகமானது வணிக முறையின் ஒரு முழுமையான செயல்பாடாகும். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு வர்த்தக நிறுவனம்

ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்து அதனை மற்ற வர்த்தக நிறுவனங்களுக்கு விற்பனை செய்ய விரும்புகிறது என வைத்துக் கொள்வோம். அதற்கான, அந்த வர்த்தக நிறுவனம், மூலப்பொருட்களையும், பல தரப்பட்ட ஒப்பந்த அடிப்படையிலான சேவைகயையும் பிற வர்த்தக நிறுவனங்களிடமிருந்து வாங்கி வர்த்தக உறவுகளை இணைய தளங்களின் மூலம் மேம்படுத்திக்கொள்ளலாம்.

iii) உள்நாட்டு வர்த்தக செயல்பாட்டு முறை

உட்கூட்டமைப்பு செயல்முறை மின்னணு வாணிகத்தின் முக்கிய நோக்கம் யாதெனில், அது வர்த்தக உறவு முறைகளைக் கட்டிக் காப்பதாகும். ஏனெனில் மிகச் சிறப்பான வாடிக்கையர் சேவை அளிப்பது என்பது மிகவும் கடினமான ஒன்றாகும். இணைய தளங்களின் மூலம் நடைபெறும் ஆக்கபூர்வமான செயல்பாடுகள் யாவும் நுகர்வோரையும், சந்தையையும் மையமாகக் கொண்டே செயல்படுகின்றன. மின்னணு வாணிகமான நிர்வாகத்தினருக்கு ஒளித்தோற்ற ஆலோசனைக் கூட்டம் (Video Conferencing) , மின்னணு அஞ்சல்(E-mail) , மற்றும் தகவல் பலகைகள் (Bulletin Boards) மூலம் சிறந்த முறையில் தகவல் பரிமாற்றம் செய்து கொள்ளவும், மிகச்சரியான முடிவுகள் எடுக்கவும், மிகவும் உறுதுணையாகவும் வசதியாகவும் உள்ளது. தகவல்கள் விரைவாகவும், உடனுக்குடனும் பரிமாற்றம் செய்து கொள்ளப்படுவதால் அனைத்துத் துறைகளுக்குமிடையே ஒரு நல்ல தொடர்பு நீடித்து நிற்கிறது. இவ்வாறாக அனைத்து அமைப்புகளையும் தாளில்லாத அலுவலகங்களாக மாற்றுவதற்கு அனைத்து முயற்சிகளும் மேற்கொள்ளப்பட்டு வருகின்றன,

5. மின்னணு வாணிகத்தின் வர்த்தக முக்கியத்துவம் (Business value of the E-commerce)

புவியமைப்பு, காலம், செலவு மற்றும் அமைப்புகள் ரீதியாக நான்கு வர்த்தத் தடைகள் உள்ளன. அவைகளை நீக்கவும், வர்த்தகத்தில் வர்த்தக நிறுவனம் மிகப்பெரிய வெற்றியைப் பெறவும் மின்னணு வாணிகம் துணைபுரிகிறது.

பல்வேறு மின்னணு வாணிக செயல்பாடுகள், ஒரு வர்த்தக நிறுவனம் தொலைதூரத்தில் அமைந்துள்ள இடங்களையும், குறைந்த செலவில் துரிதமாகத் தொடர்புகொள்ள உதவி செய்கின்றன. அதன்பின் தகவல்களைப் பரிமாறிக் கொள்ளவும், அதன் அமைப்பின் திட்டமிட்டக் கொள்கைகளை நிறைவேற்றிடவும் வகை செய்கின்றன. இவற்றை இந்த நான்கு வகையான திறன்மிக்க செயல்பாடுகள் வலியுறுத்துகின்றன.

வர்த்தக நிறுவனங்கள், இணையதளத்தைப் பயன்படுத்துவதன் மூலமும்,சிறப்பான நுகர்வோர் சேவை மூலமும் மற்றும் ஒன்றோடொன்று தொடர்பு

கொண்டு செயல்படும் சந்தைகளுக்கு இடையேயான தொடர்புகள் போன்றவற்றைக் குறைந்த செலவில் நிறைவேற்றிடவும் இந்த நான்கு வகையான திறன்மிக்க செயல்பாடுகள் மேலும் வழி செய்கின்றன.

மின்னணு வாணிபத்தின் நன்மைகள் (Advantage of E-commerce)

1.மின்னணு வாணிகம் விற்பனையை அதிகரித்து, செலவுகளைக் குறைக்கிறது.

2.ஒரு வர்த்தக நிறுவனமானது உலகமெங்கும் பரந்து காணப்படுகின்ற சிறிய கொள்முதல் கொண்ட சந்தைக் கூறுகளை அணுகுவதற்கு மின்னணு வாணிக முறையைப் பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம்.

3.இதனால் விற்பனையாளர்களுக்கு விற்பனை வாய்ப்புகள் அதிகரிப்பதனால், வாங்குபவர்களுக்கு இதன்மூலம் வாங்கும் வாய்ப்புகளும் அதிகரிக்கிறது.

4.தகவல் பரிமாற்றங்கள் மிகவும் வேகமாகவும் அதே வேளையில் மிகத் தெளிவாகவும் நடைபெறுவதினால் வாங்குவதிலும், விற்பனையிலும் ஏற்படும் செலவின்அளவு குறைகின்றனது

5.மின்னணு வாணிகமானது பொருள்களை வாங்குவோருக்கு அவர்களே தேர்ந்தெடுக்கும் வகையில் பலவகைப்பட்ட பொருட்களை அறிமுகம் செய்கிறது. ஆனால் பழங்கால வாணிக முறையில் தேர்ந்தெடுக்கக் கூடிய வகையில் பலவகைப்பட்ட பொருட்களின் அறிமுகம் சந்தையில் நடைபெறவில்லை.

6.தகவல் பரிமாற்றத்தைத் தனிவகையாக்கி (Customizing) வாங்குபவர்களுக்கு இந்த மின்னணு வாணிகம் உதவி புரிகிறது. இது கொள்முதல் சம்பந்தமான முக்கிய தகவல் தொகுப்பை, வாங்குபவர்களுக்குக் கிடைக்கச் செய்கிறது. மேலும் இணையதளத்தின் மூலம் விரிவான தெளிவான தகவலை உடனடியாக அடைய வாங்குபவர்களுக்கு இந்த வாணிகம் உதவுகிறது.

7.மென்பொருள்கள் (Software), இசை (Music) , ஆடியோ கிளிப்புகள் (Audio Clips) மற்றும் பிம்பங்கள் (Imagins) போன்ற சிலவகைப் பொருட்கள்இணையம் மூலம் அனுப்பப்படுகின்றன.

8.பொருட்களும், சேவைகளும் இதுவரை கிடைக்கப் பெறாத தொலைதூர பகுதிகளுக்கும், இடங்களுக்கும் இவை கிடைக்க மின்னணு வாணிகம் வழிவகை செய்கிறது. எடுத்துக்காட்டாக தொலைதூரக் கல்வியின் (Distance Education)துணையுடன் பல திறமைகளை தங்களுக்குள் வளர்த்துக் கொண்டு, பல பட்டங்களைப் பெறவும் மின்னணு வாணிகம் துணைபுரிகின்றது.

குறைபாடுகள்

1.இணையதளத்தின் மூலம் நடைபெறும் கடன் அட்டை (Credit Card) செலுத்தும் முறைகளில் பல மோசடிகளின் காரணமாக நுகர்வோர்கள் இந்த வாணிகத்தில் ஈடுபட இன்னும் தயக்கம் காட்டுகிறார்கள்.

2.நுகர்வோர்கள் தொலைதூரப் பகுதிகளில் இருப்பதால், அழியும் பொருட்களான (Perishable Goods) மீன், காய்கறிகள், பூக்கள் போன்றவையும், மிக விலை மதிப்புடைய தங்க ஆபரண களையும், மிகப்பழமையான கலைப்பொருட்களையும் (antiques) நல்லமுறையில் ஆய்வு செய்வது என்பது முடியாத ஒன்று.

3.இணையத்தை செயல்படுத்தும் பயனாளர்கள் (Net Users) மக்கள் விகிதாச்சாரப்படி மிக்குறைவான எண்ணிக்கையே உள்ளனர். மேலும் அவர்கள் அதைப் பயன்படுத்தும் முறையும் திருப்திகரமாக இல்லை.

4.பல சூழ்நிலைகளில் இவற்றிற்கான செலவு அதிகமாகவே இருக்கிறது.

5.இதன்மூலம் பரிமாற்றம் செய்யப்படும் பொருளின் தரம்,அளவு போன்றவற்றை அவற்றின் உண்மையான மதிப்பிற்கு மதிப்பீடு செய்யவும் முடியவில்லை.

ஆ) தொலைத்தொடர்பு வழி வாணிகம்

இன்றைய நாகரீக உலகில் வாடிக்கையாளர்கள் தொலைத் தொடர்பு வழி வாணிகத்தைப் பயன்படுத்தகின்றனர். இணையத்துடன் சேர்ந்த கணினிகள் (Computers with Internet) மற்றும் தொலைக்காட்சிப் பெட்டிகள் (Televisions) மூலம் விளம்பரம் செய்யப்படும் பல்வேறு வகையான பொருட்களை வாங்குவதே தொலைத் தொடர்பு வழி வாணிகமாகும். பல சில்லறை விற்பனையாளர்களின் உரிமையாளர்களிடம் விற்பனைப் புள்ளிகளும் பின் அலுவலகக் கணிணி முறைகளும் (Back Office Computer System) அமைக்கப்பட்டுள்ளன. இவற்றை வாடிக்கையாளர்கள் தங்கள் தனிப்பட்ட உபயோகத்திற்காக வீட்டில் வைத்திருக்கும் கணிணிகளுடன் இணைத்துக் கொள்ளலாம்.

சிறப்பு அம்சங்கள்

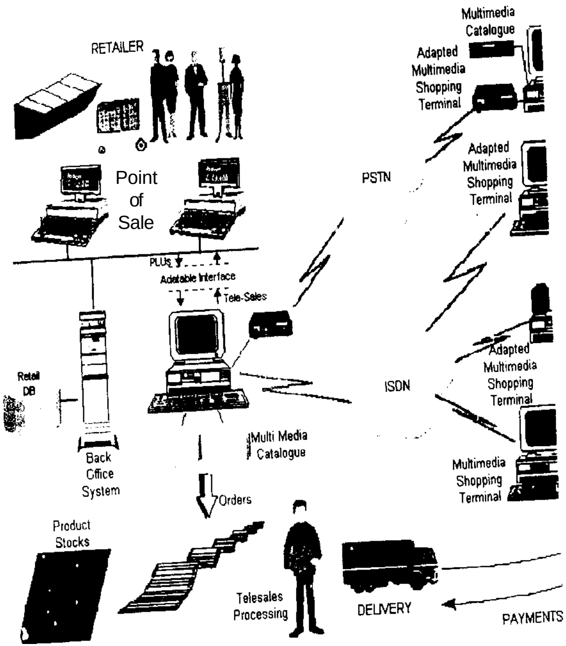
பலவகைப்பட்ட தொழில்நுட்ப முறைகள் தனிநபர் உபயோகிக்கும் கணினியுடன் இணைக்கப்பட்டு நடைமுறையில் செயல்படுத்தப்பட்டு வருகின்றன.

இத்தகைய இணைப்பும், தரவு விபரங்களைப் பரிமாறிக்கொள்ளும் வசதிகளும் இருப்பதால் தொலைத்தொடர்பு வாணிகத்தை சிறப்புற செயல்படுத்தலாம்.

வயதான முதியவர்களுக்கும், ஊனமுற்றோர்களுக்கும், கண், காது மற்றும் பேசும் திறனில் குறைபாடு உள்ளவர்களுக்கும் தொலைத் தொடர்பு வழி வாணிகம்

மிகவும் உதவியாய் உள்ளது. அனைத்துத் தரப்பினர் மட்டுமின்றி, குறிப்பாக வயதானவர்களும், ஊனமுற்றவர்களும் எளிதாகப் பொருட்களை வாங்குவதற்குத் தொலைத்தொடர்புவழி வாணிகம் துணை புரிகின்றது. உடற்குறைபாடுள்ள மக்கள் பொருள்களை வாங்குவதற்கு இனிமேல் பிறர் உதவியை நாட வேண்டாம். வயதானோர், உடல் ஊனமுற்றோர் மட்டுமின்றி எல்லா மக்களுமே இத்தொலைத் தொடர்பு வழி வாணிகம் மூலம் பயன்பெறலாம்.

TELESHOPPING



பயன்கள்

1.வயதானவர்களும், உடல் ஊனமுற்றோரும் பொருள்கள் வாங்குவதில் பிறரைச் சார்ந்திருக்க வேண்டிய அவசியமில்லை.

2.இது அவர்களுடையத் தனித்தன்மையை அவர்களுக்கு உணர்த்தி, அவர்கள் தன்னம்பிக்கையோடு சுயமாகப் பொருட்களை வாங்கும் உறுதியை வளர்க்கிறது.

3.அவர்கள் சுயமரியாதையுடனும், வாழ்க்கையை ஆக்கபூர்வமாக எதிர்கொள்ளும் திறமையுடனும் விளங்க இது வழிவகைகள் பல செய்கின்றது.

4.கண், காது மற்றும் பேசும் திறன் குறைபாடு உள்ளவர்களும் ஒவ்வொரு வகைக்கான முறைகள் மூலம் தொலைத்தொடர்பு வழி வாணிக முறையில் பொருட்களை வாங்க முடியும்.

5.முதியோர் இல்லம் போன்ற வயதான மற்றும் ஊனமுற்ற மக்களைக் கவனித்துவரும் பல சமுதாயசேவை நிறுவனங்கள் இதனால் சேமிக்கும் நேரத்தில், மேலும் அவர்களது பலவகையான சமூக சேவைகளை மற்ற இடங்களுக்கும் விரிவுபடுத்தலாம்.

தீமைகள்

1.தொலைத் தொடர்பு வழி வாணிகத்தின் செயல்பாட்டினால் எதிர்கொள்ளப்படும் முதல் சிக்கல் சேவை நிர்வாகமே, சேவைக் குழுவினர் வாடிக்கையாளர்களை, குறிப்பாக வயதானவர்களையும், உடல் ஊனமுற்றோரையம் அணுகுவதில் பல நடைமுறைச் சிக்கல்கள் காணப்படுகின்றன.

2.கண்,காது மற்றும் பேசும் திறனில் குறைபாடு உள்ளவர்களால் தொலைதொடர்பு வழி வாணிகத்தின் மூலம் பொருள்களை எளிதில் வாங்க முடியாது. எடுத்துக்காட்டாக தொடுதிரை (Touch sensitive Screen) மூலம் இக்குறைகளை நிவர்த்தி செய்யலாம்.

3.தொலைத்தொடர்பு வழி வாணிக சேவையில், பொருட்களைப் பிரித்து அனுப்பும் அமைப்பானது பலதரப்பட்ட இடங்களிலிருந்து வரும் சிறு சிறு ஆணைக் கொள்முதல்களைப் பராமரிக்கப்பட வேண்டியக் கட்டாயத்தில் உள்ளது.

4.மேலும் இது பலவகைப்பட்ட பொருட்களின் எண்ணிக்கைப் படிவத்தை அன்றைய உற்பத்தி வரைக் கணக்கெடுத்துத் தயாரித்தல் வேண்டும். இது மட்டுமின்றி, ஒவ்வொருவரின் தேவைக்கேற்ப பலவகைப்பட்ட தொழில்நுட்ப வடிவத்தில் அவை வடிவமைக்கப்பட்டிருக்கவேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக படங்கள் மூலமாகப் பொருட்களைப் பற்றிய விவரங்களை அவர்களுக்குத் தெளிவுபடுத்தலாம்.

5.பொருட்களுக்குக் பெறப்படும் பணத்தைப் பாதுகாப்பாகக் கையாளுவதில் மிகவும் கவனத்துடன் செயல்படவேண்டும்.

6.இத்தகைய குறைபாடுள்ள மக்களின் வருமானத்திறகேற்றவாறு திட்டமிட்டுப் பொருட்களை வாங்க அவர்களுக்கேற்ற வழிமுறைகளை வகுத்துச் செயல்படவேண்டும்.

வினாக்கள்

I. கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக

1.முதன்முதலில் துறைவாரிப் பண்டகச்சாலைகள்...............................நாட்டில் தொடங்கப்பட்டன.

2.பொதுவாக துறைவாரிப் பண்டகச்சாலையானது நகரின்.................தான் அமைந்திருக்கும்

3.துறைவாரிப் பண்டகச்சாலையின் அன்றாட நிர்வாகம்................. ஒப்படைக்கப்படுகிறது.

4.துறைவாரிப் பண்டகச்சாலையைத் தொடங்கி முதலீடு செய்ய அதிக ....தேவைப்படுகிறது.

5.ஐரோப்பாவில் மடங்குக் கடைகள் என்றும், அமெரிக்காவில்.................என்றும் அழைக்கப்படுகின்றன.

6.அனைத்துக் கிளைகளுக்கும் தேவையான பொருட்களை மடங்குக் கடையின்... ....மையக் கொள்முதல் செய்கிறது.

7.மடங்குக் கடை விற்பனையில்...................எனும் கோட்பாடு பின்பற்றப்படுகிறது.

8............வசதிகளை நுகர்வோர்களுக்கு மடங்குக் கடை வழங்குவதில்லை.

9......................ஆம் ஆண்டில், ராக்டேல் முன்னோடிகள் நேர்மைச் சங்கம் என்ற அமைப்பை நெசவாளிகள் உருவாக்கினர்.

10.நுகர்வோர்கள் தாங்களாகவே ஒன்றுகூடி....................அமைக்கப்பட்ட நுகர்வோர் கூட்டுறவுச் சங்கமாகும்.

11.நுகர்வோர் கூட்டுறவுச் சங்கம் ஈட்டும் இலாபம் முழுவதும் பங்குதாரர்களுக்குப் ....வழங்கப்படுவதில்லை.

12.இந்தியாவில் கூட்டுறவுச் சங்கங்கள் முற்றிலும்.....................ஆதரவுடன் இயங்குகின்றன.

13.முதன்மை பணியாக............ஒன்றை அஞ்சல்வழி வாணிகம் தயார் செய்கிறது.

14.பொதுவாக அஞ்சல்வழி வாணிகத்தின் மூலம் சரக்குகள்.....................வழியாக அனுப்பப்படுகிறது.

15.பொருள் வாங்குவோர் அதன் விலையைப் பல மாதங்கள் அல்லது ஆண்டுகள் நீடிக்கும்.............செலுத்த ஒப்புக் கொள்ளும்முறை வாடகைக்கொள்முதல்முறை எனப்படுகிறது.

16.தவணை விற்பனை முறையை ....முறை என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.

17.............விலையைவிடத் தவணைக் கொள்முதல் விலை கூடுதலாக உள்ளது.

18.வியாபாரம் மற்றும் வாணிகத்தில் காணப்படும் வளர்ச்சியானது, இணையதளம் மற்றும்..................வாணிகத்தின் தேவையை அதிகரித்துள்ளது.

19.....................எனப்படுவது ஓர் உலக நாடுகளுக்கிடையேயான கணினிகளின் இணைப்பாகும்.

20. தொலைதூர பகுதிகளுக்கும் மின்னணு வாணிகத்தின் மூலம் பொருள்களும், சேவைகளும் கிடைக்கச் செய்கின்றன.

விடைகள்

1.பிரானஸ்	11.பங்காதாயமாக
2.மையப்பகுதியில்	12.அரசு
3.மேலாண்மை இயக்குநரிடம்	13.முகவரிப் பட்டியல்
4.முதல்	14.சரக்கு,மதிப்பு,செலுத்தத்தக்க அஞ்சல்(VPP)
5.தொடர் பண்டகச்சாலைகள்	15.தவணைகளில்
6.தலைமையகமே	16.நீள் பயன்செலுத்தும் தவணைமுறை
7.ரொக்கம் செலுத்திப் பெற்றுச்செல்க	17.ரொக்க
8.வாங்கும்	18.மின்னணு
9,1844	19.இணையம்
10.தன்னிச்சையாக	20.மின்னனு வணிகத்தின்

II. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு

1.இந்த சில்லறை விற்பனையின் மூலம் நுகர்வோருக்குத் தேவையான அனைத்துவகைப் பொருட்களும் ஒரே இடத்தில் விற்பனை செய்யப்படுகின்றன.

அ)மடங்குக்கடை ஆ)தொலைத்தொடர்பு வழி வாணிகம்

ஆ)துறைவாரிப் பண்டகச்சாலை ஈ) அஞ்சல்வழி வாணிகம்

2.ஒரு நகரத்திலோ அல்லது ஒரு நாட்டின் பல்வேறு பகுதிகளிலோ தனது கிளைகளை நிறுவி வியாபாரம் செய்யும் ஒரு நிறுவனமே

அ) நுகர்வோர் கூட்டுறவு ஆ)மடங்குக்கடை பண்டகசாலை

இ)வாடகைக்கொள்முதல்முறை ஈ)இணையதள சந்தை

3.பொதுநல அடிப்படையில் கொள்முதல் செய்து சிக்கனப்படுத்தியும், பொதுவாக விற்பதன் மூலம் இலாபத்தை அதிக அளவு சேர்த்து வைத்துக்கொள்ளும் நோக்குடனுடம் ஒன்றுபடும் நபர்களின் சேர்க்கையே இந்த அமைப்பாகும்.

அ) நுகர்வோர் கூட்டுறவுப் பண்டகசாலை ஆ) இணையதள சந்தை வாணிகம்

இ) மடங்குக்கடை ஈ) தொலைத்தொடர்பு வழி வாணிகம்

4.சரக்கு, மதிப்பு, செலுத்தத்தக்க முறை வழியாகச் சரக்குகள் அனுப்பும்பொழுது, வராக்கடனால் ஏற்படும் நட்டம் தவிர்க்கப்படுகிறது.

அ) துறைவாரிப் பண்டகச்சாலை ஆ) நுகர்வோர் கூட்டுறவுப் பண்டகச்சாலை

இ) தொலைத்தொடர்பு வழி வணிகம் ஈ) அஞ்சல்வழி வாணிகம்

5.குறைபாடுள்ள, இயலாதவர்கள் மற்றும் வயது முதிர்வுள்ள நபர்களுக்கு இந்த சேவை வாணிகம் உதவுகிறது.

அ) மின்னணு – வாணிகம் ஆ) தவணைமுறை விற்பனை

இ) தொலைத்தொடர்பு வழி வணிகம் ஈ) மடங்குக்கடை

விடைகள்

1) இ 2) ஆ 3) அ 4) ஈ 5) இ

பொருத்துக

1) ஹோர்ராட்ஸீம்,செல்பிரிட்சுஜம்	அ) எழுத்தறிவற்ற மக்களுக்கு ஏற்றதல்ல
2) மடங்குக்கடை	ஆ) நுகர்வோர் கூட்டுறவுப் பண்டகசாலை
3) அஞ்சல் வழி வாணிகம்	இ) ஒரேவகையான பொருட்கள்
4) தவணை கொள்முதல் முறை	ஈ) தொலைத்தொடர்பு வழி வாணிகம்
5) ஒரு உறுப்பினர் – ஒரு வாக்கு	உ) துறைவாரிப் பண்டகசாலை
	ஊ) எதிர்கால வருமானத்தை அடகுவைத்தல்

விடைகள்

1) உ 2) இ 3) அ 4) ஊ 5) ஆ

IV. சிறு வினாக்கள்

1.துறைவாரிப் பண்டகச்சாலை என்றால் என்ன?

2.மடங்குக்கடை என்றால் என்ன?

3.நுகர்வோர் கூட்டுறவுப் பண்டகச்சாலை என்றால் என்ன?

4.அஞ்சல் வழி வாணிகம் என்றால் என்ன?

5.மதிப்பு, செலுத்தத்தக்க, அஞ்சல் (V.P.P.) என்றால் என்ன?

6.வாடகைக் கொள்முதல்முறை என்றால் என்ன?

7.தவணை விற்பனை முறை என்றால் என்ன?

8.மின்னணு – வாணிகம் என்றால் என்ன?

9.இணையம் என்றால் என்ன?

10.மின்னணு – வாணிகத்தின் வியாபார முக்கியத்துவத்தைக் கூறுக.

11.துறைவாரிப் பண்டகச்சாலைக்கு மூன்று எடுத்துக்காட்டுகள் தருக.

12.துறைவாரிப் பண்டகச்சாலை வழங்கும் வாங்கும் வசதிகள்

13.தொடர் பண்டகச்சாலைக்கு வரைவிலக்கணம் தருக.

14.மடங்குக்கடையின் விளம்பரத் தன்மையை விளக்குக.

15.தொலைத் தொடர்பு வழி வாணிகம் என்றால் என்ன?

V. பெரு வினாக்கள்

1.நுகர்வோர் கூட்டுறவுப் பண்டகச்சாலையின் நன்மைகள், குறைபாடுகள் யாவை? விளக்குக.

2.வாடகைக் கொள்முறை விற்பனைக்கும், தவணைமுறை விற்பனைக்குமுள்ள வேறுபாடுகள் யாவை? விளக்குக.

3.வாடகைக் கொள்முதல்முறை விற்பனைக்கும், தவணைமுறை விற்பனைக்கும் உள்ள சிறப்புக் கூறுகள் யாவை?

4.மின்னணு–வாணிகத்தின் குறைபாடுகள் யாவை?

5.தொலைத்தொடர்பு வழி வாணிகத்தின் நன்மைகள் யாவை? இவ்வணிகத்திலுள்ள பிரச்சினைகளை விவரி.

VI. கட்டுரை வரைக

1.துறைவாரிப் பண்டகச்சாலையின் சிறப்புக் கூறுகள், நன்மைகள், குறைபாடுகள் யாவை? விளக்குக.

2.மடங்குக் கடைகளின் சிறப்புக் கூறுகள், நன்மைகள், குறைபாடுகள் யாவை? விளக்குக.

3.துறைவாரிப் பண்டகச்சாலைகளுக்கும், மடங்குக்கடைகளுக்கும் உள்ள வேறுபாடுகளை கூறுக.

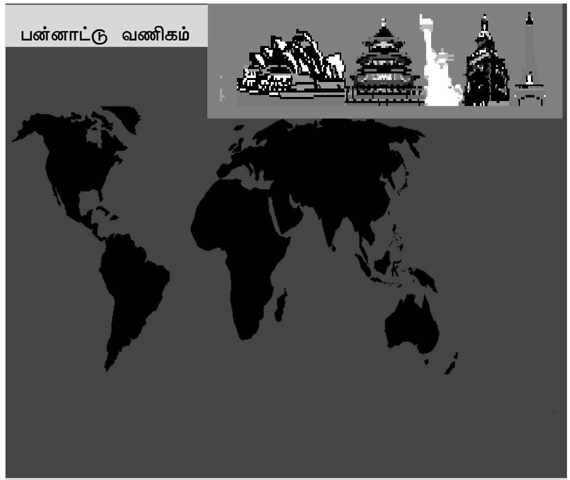
4.அஞ்சல்வழி வாணிகத்தின் சிறப்புக் கூறுகள், நன்மைகள், குறைபாடுகள் யாவை? விளக்குக.

பாடம் – 4

பன்னாட்டு வணிகம்

முன்னுரை:

வியாபாரம் என்பது பொருள்கள் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட இடத்திலிருந்து அல்லது பொருள்கள் கொள்முதல் செய்யப்பட்ட இடத்திலிருந்து நுகர்வோருக்கு எடுத்து செல்லும் செயல்முறையே ஆகும். வியாபாரத்தை உள்நாட்டுவணிகம், வெளிநாட்டு வணிகம், மொத்த வணிகம் மற்றும் சில்லறை வணிகம் எனப்பிரிக்கலாம். ஒரு நாட்டுக்குள்ளேயே நடைபெறும் பண்ட பரிமாற்றம் உள்நாட்டு வணிகம் எனப்படுகிறது. வெவ்வேறு நாடுகளுக்கிடையே நடைபெறும் பண்ட பரிமாற்றம் வெளிநாட்டு வணிகம் அல்லது அயல்நாட்டு வணிகம் எனப்படுகிறது. மொத்த வணிகத்தில், பண்டங்கள் அதிக அளவில் சில்லறை வணிகர்களுக்கு விற்கப்படுகிறது. சில்லறை வணிகத்தில், பண்டங்கள் சிறிய அளவில் நுகர்வோருக்கு விற்கப்படுகிறது. இப்பாடத்தில் பன்னாட்டு வணிகம், பன்னாட்டு நிறுமங்கள், உலக மயமாக்குதல் மற்றும் உலக வர்த்தக அமைப்பு (W.T.O) இவற்றின் விளக்கம், தேவை, நன்மை, தீமைகள் ஆகியவற்றை காண்போம்



விளக்கம்:

இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நாடுகளுக்கு இடையே நடைபெறும் வணிகமே பன்னாட்டு வணிகம் அல்லது அயல்நாட்டு வணிகம் எனப்படுகிறது. உதாரணமாக, அமெரிக்கா, ஜப்பான், பிரான்ஸ், பாகிஸ்தான் ஆகிய நாடுகளுடனான இந்திய வணிகம், அயல்நாட்டு அல்லது வெளிநாட்டு வணிகம் எனப்படுகிறது. இரு நாடுகளுக்கிடையே நடைபெறும் வணிகத்தை "இருமுனை வணிகம்" (bilateral) என்றும், பலநாடுகளுக்கிடையே நடைபெறும் வணிகம் "பலமுனை வணிகம்" (multitateral) என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.

தேவை:

பின்வருபவை அயல்நாட்டு வணிகத்தின் தேவையும், நோக்கங்களுமாகும்.

1. **தேசிய வருமானத்தையும், வாழ்க்கைத் தரத்தையும் உயர்த்துதல்:** அயல்நாட்டு வணிகத்தின் நோக்கம், தேசத்தின் வருமானத்தை உயர்த்துவதன் மூலம், மக்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தை உயர்த்துவதாகும்.

2. **இயற்கை வளங்களை சீராக பங்கிடுதலை சாத்தியமாக்குதல்:** ஒவ்வொரு தேசமும் வெவ்வேறு வகையான இயற்கை வளங்களை பெற்றுள்ளது. தன்னிடமுள்ள தேவைக்கு அதிகமான இயற்கை வளங்களை ஒருநாடு, மற்ற நாட்டிற்கு தருகிறது. உதாரணமாக, குவைத் நாட்டில் கிடைக்கும் பெட்ரோல் பல்வேறு நாடுகளுக்கு ஏற்றுமதி செய்யப்படுகிறது, இவ்வாறாக, பன்னாட்டு வணிகம் மிகை வளங்களை தேவைப்படும் நாடுகளுக்கு ப ங்கீடு செய்கிறது.

3. **விவசாய விளைபொருட்களை சீராக பங்கிடுதலை சாத்தியமாக்குதல்:** ஒவ்வொரு நாடும் விவசாய விளைபொருட்களை உற்பத்தி செய்வதற்காக பல்வேறு வசதிகளை இயற்கையாகவே பெற்றுள்ளது. உதாரணமாக, கியூபா அதிக சர்க்கரை உற்பத்தி செய்கிறது. எகிப்து அதிகளவு பருத்தி விளைவிக்கிறது. அர்ஜன்டைனா அதிகளவு கோதுமை உற்பத்தி செய்கிறது. இப்பொருட்கள் பிறநாடுகளுக்கு ஏற்றுமதி செய்யப்படுகிறது.

4. **உற்பத்தியிலுள்ள தடைகளை குறைத்தல்:** மூலப்பொருட்கள், இயந்திரங்கள், தொழில் நுட்பங்கள் கிடைப்பதற்கு அரிதாக இருப்பதால், ஒருநாடு இன்னொரு நாட்டிடமிருந்து பல்வேறு நன்மைகளை கருதி பொருட்களை இறக்குமதி செய்யவேண்டியுள்ளது.

5. **பொருளாதார வளர்ச்சிவீத வேறுபாடுகளை குறைத்தல்:** பொருளாதார வளர்ச்சி வீதம் நாட்டுக்கு நாடு வேறுபடுகிறது. ஆதலால், வளரும் மற்றும் வளம் குன்றிய நாடுகள் நிதி மற்றும் தொழில் நுட்பங்களுக்காக வளர்ந்த நாடுகளை
சார்ந்து இருக்க வேண்டியுள்ளது. இது பன்னாட்டு வணிகத்தை ஊக்குவிக்கிறது.

6. **குறைந்த உற்பத்தி செலவின் நன்மையை பகிர்ந்து கொள்ளுதல்:** உற்பத்திச் செலவு மிகவும் குறைவாகவுள்ள நாட்டிலிருந்து, பொருட்களை இறக்குமதி செய்வதால், குறைந்த உற்பத்தி செலவின் நன்மையை பகிர்ந்து கொள்வதை பன்னாட்டு வணிகம் சாத்தியமாக்குகிறது.

7. **விஞ்ஞான மற்றும் தொழில் நுட்ப முன்னேற்றத்தின் நன்மைகளை அனுபவிப்பது:** விஞ்ஞான தொழில் நுட்ப முன்னேற்றம் காரணமாக, நுகர்வோரின் தேவைகள் இக்காலத்தில் அதிகரித்திருக்கிறது. உள்நாட்டு வணிகம் மட்டுமே இத்தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய முடியாதாகையால் பன்னாட்டு வணிகம் தவிர்க்க முடியாததாகிறது.

நன்மைகள்:

பன்னாட்டு வணிகம், தேசிய மற்றும் தனிநபர் வருமானத்தை பெருக்குவதோடு மட்டுமல்லாமல், பல்வேறு நன்மைகளையும் தருகிறது. அவைகள் பின்வருமாறு:

1. **தனிசிறப்புத் தன்மைக்கு இட்டுச் செல்கிறது:** ஒருநாடு வேலை பகிர்வு மற்றும் புதிய உற்பத்தி முறைகள் காரணமாக, பொருள்களை பிறநாட்டை ஒப்பிடும்போது குறைந்த அடக்கவிலையில் உற்பத்தி செய்ய முடிகிறது. ஆகவே, பன்னாட்டு வணிகம், ஒரு நாடு தனிச்சிறப்புத்தன்மை அடைவதற்கு உதவுவதோடு, பல்வேறு பொருள்கள் பல்வேறு நாடுகளில் உற்பத்தி செய்யப்படுவதை ஊக்குவிக்கிறது. ஒரு நாடு தன்னிடமுள்ள வளங்களை சரியான முறையில் பயன்படுத்தும் போது அந்நாட்டிற்கு அதிகபட்ச வருமானம் கிடைக்குமாறு செய்கிறது.

2. **எல்லா வகையான பொருள்களை பெறுவதை சாத்தியமாக்குகிறது:** ஒரு நாடு தன்னால் உற்பத்தி செய்ய முடியாத பொருள்களை, பிற நாட்டிலிருந்து பெறுவதை பன்னாட்டு வணிகம் சாத்தியமாக்குகிறது. ஒரு நாடு எந்த ஒரு பொருளையும், பிற நாடுகளிலிருந்து இறக்குமதி செய்ய பன்னாட்டு வணிகம் உதவுகிறது.

3. **பேரளவு உற்பத்தி பயன்களை தருகிறது:** உள்நாட்டு நுகர்ச்சிக்கு மட்டுமின்றி, ஏற்றுமதிக்காகவும் பொருள்கள் உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றன. ஆகவே, பேரளவில் உற்பத்தி நடைபெறுகிறது. இவ்வாறாக, குறைந்த அடக்கவிலை, உயர்ந்த தரம், உற்பத்தி காரணிகளை முழுமையாக பயன்படுத்துதல் ஆகிய நன்மைகளை பன்னாட்டு வணிகத்தால் பெறமுடிகிறது.

4. **விலைவாசியை நிலைப்படுத்துதல்:** தேவைப்படும் நாடுகளுக்கு பொருட்களை வழங்குவதால், பன்னாட்டு வணிகம் பொருட்களின் விலையை உலகம் முழுவதும் சீராக்குகிறது.

5. **தரத்தை உயர்த்துதல்:** உள்நாட்டிலும், வெளிநாட்டிலும் உள்ள போட்டி காரணமாக பன்னாட்டு வணிகம் பொருள்களின் தரத்தை உயர்த்துகிறது. இதனால், உலகெங்கிலும் உள்ள நுகர்வோர் உயர்ந்த தரமுள்ள பொருள்களை குறைந்த விலையில் பெறுமுடிகிறது.

6. **வளங்களை உத்தம அளவிற்கு பயன்படுத்தும் நிலையை ஏற்படுத்துகிறது:** சிறந்த உற்பத்தி முறைகளால், ஒரு நாடு தன்னிடமுள்ள அரிதான வளங்களை சிக்கனமாக பயன்படுத்தி, பொருள்களை உற்பத்தி செய்ய முடிகிறது. ஆகவே, வளங்கள் வீணாவது தடுக்கப்படுகிறது. இவ்வாறாக, பன்னாட்டு வணிகம், ஒவ்வொரு நாடும் தன்னிடமுள்ள இயற்கை வளங்ளை உத்தம அளவிற்கு பயன்படுத்துவதற்கு உதவுகிறது.

7. **தொழில்நுட்ப பரிமாற்றம் மற்றும் புதிய தொழிற்சாலைகள் துவக்கம்:** வளர்ந்த நாடுகள் தங்களிடம் உள்ள தொழில்நுட்பம், இயந்திரங்கள் மற்றும் கருவிகளை வளர்ந்து வரும் மற்றும் வளம் குன்றிய நாடுகளுக்கு தரமுடிகிறது. இது இறக்குமதி செய்யும் நாடுகளில் புதிய தொழிற்சாலைகள் உருவாவதற்கு உதவுகிறது.

8. **வேலைவாய்ப்புகளை அதிகரிக்கிறது:** வெளிநாட்டு உதவியுடன், நவீன தொழில்நுட்பத்துடன் ஏற்றுமதி சம்பந்தப்பட்ட துறை மற்றும் பிற துறைகளிலும் புதிய தொழிற்சாலைகள் நிறுவப்படுவதால், வேலை வாய்ப்புகள் அதிகரிக்கின்றது. இவ்வாறு பன்னாட்டு வணிகம் புதிய வேலைவாய்ப்புகளை ஏற்படுத்துகிறது,

9. **தகவல் தொடர்பு மற்றும் போக்குவரத்து வசதிகள் மேம்பாடு:** பலவிதமான நவீன தகவல் தொடர்பு சாதனங்கள் மூலம் பல்வேறு நாடுகளைச் சேர்ந்தவர்கள் தகவல் பரிமாற்றம் செய்து கொள்வதை பன்னாட்டு வணிகம் சாத்தியமாக்குகிறது. இக்காலத்தில் இணைய வசதிகள், மதிப்பு மிக்க வியாபார தகவல்களை பரிமாறி கொள்வதற்கு உதவுகிறது. பல்வேறு வகையான

போக்குவரத்து சாதனங்கள் மேம்பாடு அடைவதற்கும் பன்னாட்டு வணிகம் உதவுகிறது.

10. **சர்வதேச அளவில் ஒருவரையொருவர் நன்றாக புரிந்துகொள்வதற்கு உதவுகிறது:** பல்வேறு நாடுகளிடையே நல்ல தொடர்பு, நல்லெண்ணம் ஏற்படுவதற்கு பன்னாட்டு வணிகம் உதவுகிறது. இது பரஸ்பர உதவி, மற்றும் ஒருவருடைய பிரச்னையை மற்றவர்கள் புரிந்து கொள்ளுதல் ஆகிய நன்மைகளை தருவதோடு, உலக அமைதியையும் மேம்படுத்துகிறது.

தீமைகள்:

1. **சிக்கலான நடைமுறைகள்:** ஏற்றுமதி மற்றும் இறக்குமதி நடைமுறைகள் சிக்கலானவையாக இருப்பதால், உள்ளநாட்டு வணிகத்தை விட அதிக பிரச்னைகளை பன்னாட்டு வணிகம் ஏற்படுத்துகிறது.

2. **பொருளாதார சார்புத்தன்மை:** வளம் குன்றிய நாடுகள், வளர்ந்த நாடுகளை சார்ந்து இருப்பதால், இது பொருளாதார சுரண்டலுக்கு வழி வகுக்கிறது.

3. **உள்நாட்டு தொழிற்சாலைகளுக்கு பாதிப்பு:** உள்நாட்டிலுள்ள தொடக்க நிலையிலுள்ள தொழிற்சாலைகளின் வாழ்வுக்கே ஒரு பயமுறுத்தலாக பன்னாட்டு வணிகம் அமைகிறது. போட்டி மற்றும் தாராள இறக்குமதி காரணமாக உள்நாட்டு தொழிற்சாலைகள் வெகுவாக பாதிக்கப்படுகிறது.

4. **தீமைதரும் பொருள்கள் இறக்குமதி:** ஆடம்பர பொருட்கள் மற்றும் போலி மருந்துகள் இறக்குமதி, மக்களின் நல்வாழ்வை பாதிக்கிறது. இது நாட்டின் நாகரிகம் மற்றும் கலாச்சாரத்தையும் பாதிக்கலாம்.

5. **உள்நாட்டில் பொருள் தட்டுப்பாடு:** உள்நாட்டில் தேவைப்படும் அத்தியாவசியப் பொருட்கள், அதிக பணம் சம்பாதிப்பதற்காக வெளிநாடுகளுக்கு ஏற்றுமதி செய்யப்படலாம். இது உள்நாட்டில் பொருள் பற்றாக்குறை ஏற்படுவதில் முடிகிறது.

6. **உலகப்போர்:** பன்னாட்டு வணிகத்தில் ஆரோக்கியமற்ற போட்டி, நாடுகளிடையே பகையை அதிகரிக்கிறது. சில சமயங்களில், இது நாடுகளிடையே போரைத் தூண்டுகிறது.

7. **அரசியல் சார்புநிலை:** பன்னாட்டு வணிகம், ஒரு நாடு இன்னொரு நாட்டுக்கு அடிமையாகும்படி செய்யலாம். இது பொருளாதார சார்புநிலைக்கு இட்டுச் சென்று, அந்த நாட்டின் அரசியல் ஸ்திரத்தன்மையை குலைக்கிறது.

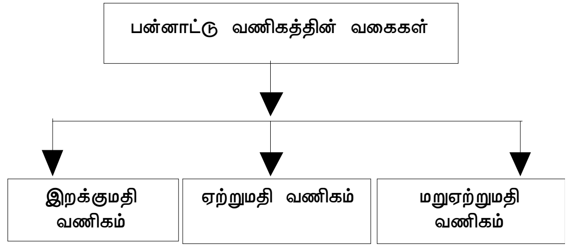
8. **இயற்கை வளங்கள் தீர்ந்து போதல்:** அதிக பணம் ஈட்டும் நோக்குடன், மிக அதிகமாக ஏற்றுமதி செய்யப்படலாம். இது குறுகிய காலத்திலேயே ஒரு நாட்டின் இயற்கை வளங்களை தீர்த்து விடும். இது காலப்போக்கில் அந்நாட்டின் பொருளாதார வீழ்ச்சிக்கு காரணமாக அமையும்.

உள்நாட்டு வணிகத்திற்கும், அயல்நாட்டு வணிகத்திற்குமுள்ள வேறுபாடுகள்:

எண்	உள்நாட்டு வணிகம்	வெளிநாட்டு வணிகம்
1.	ஒரு நாட்டினுள்ளேயே நடைபெறும் வணிகத்தைக் குறிக்கிறது	பல்வேறு நாடுகளுக்கிடையேயான வணிகத்தைக் குறிக்கிறது
2.	உள்நாட்டிலேயே பொருள் மற்றும் சேவை பரிமாற்றத்தை உள்ளடக்கியது	பல்வேறு நாடுகளிடையே பொருள் மற்றும் சேவை பரிமாற்றத்தை உள்ளடக்கியது
3.	இதில் வெவ்வேறு நாட்டுப் பண பரிமாற்றமில்லை	இதில் வெவ்வேறு நாடுகளின் பண பரிமாற்றமுண்டு
4.	இதில் போக்குவரத்து இடர் பன்னாட்டு வணிகத்தைவிட குறைவா –கவே உள்ளது	இதில் பொருள்கள் பல்வேறு போக்கு –வரத்து சாதனங்கள் மூலம் நீண்ட தூரத்திற்கு எடுத்துச் செல்லப் படுவதால் போக்குவரத்து இடர் இதில் அதிகம்
5.	இதில் உள்நாட்டில் அமுலில் உள்ள சட்டங்கள் மட்டும் பின்பற்றப்பட வேண்டும்	இதில் பல்வேறு நாடுகளின் சட்டங் –கள் விதிமுறைகள் மற்றும் வழக்கங் –கள் பின்பற்றப்பட வேண்டியுள்ளன
6.	இதன் நோக்கம் அத்தியாவசிய பொருட்கள் மற்றும் சேவையை சிக்கனமாக வழங்குதலே	இதன் நோக்கம் மக்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தை உயர்த்துதலே

அயல்நாட்டு வணிகத்தின் வகைகள்

அயல்நாட்டு வணிக நடவடிக்கைகளை பின்வருமாறு மூன்று வகைகளாகப் பிரிக்கலாம்.



இறக்குமதி வணிகம்

விளக்கம்: அயல்நாட்டிலிருந்து பொருட்கள் வாங்கப்படும்போது அது இறக்குமதி வணிகம் எனப்படுகிறது. உதாரணமாக, இந்தியா குவைத்திடமிருந்து பெட்ரோல் வாங்கும்போது அது இறக்குமதி வணிகம் எனப்படுகிறது.

இறக்குமதி வணிகக்கொள்கை: பெரும்பாலும் எல்லா நாடுகளிலும் இறக்குமதி வணிகத்தை அரசாங்கமே கட்டுப்படுத்துகிறது. அக்கட்டுப்பாட்டின் நோக்கங்களாவன:

அ. அந்நிய செலாவணியை சரியாக பயன்படுத்துதல்.

ஆ. தேவையற்ற மற்றும் ஆடம்பர பொருட்கள் இறக்குமதியை தடைசெய்தல்.

இ. உள்நாட்டுத் தொழிற்சாலைகளை பாதுகாத்தல்.

இறக்குமதி வணிக நடைமுறைகள் (Import Trade procedure)~

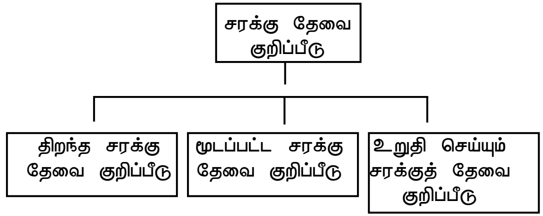
இறக்குமதி வணிக நடைமுறைகள் நாட்டுக்கு நாடு வேறுபடுகிறது. பின்வருவன இறக்குமதி வணிகத்திற்கான ஒரு பொதுவான நடைமுறையாகும்.

1. வியாபார விசாரணை: இறக்குமதி செய்யும் எண்ணமுள்ளவர், ஏற்றுமதி செய்ய இருப்பவர்களிடம் வியாபார விசாரணை செய்கிறார். பொருள்களின் விலை, தரம், வடிவமைப்பு, அளவு, பணம் செலுத்தும் முறைகள், பொருள் வழங்கல் நிபந்தனைகள் இவற்றைப்பற்றி பொருள் வாங்க எண்ணமுள்ளவரே அல்லது அவரது முகவரோ விசாரணை செய்கிறார். ஏற்றுமதியாளர் அவ்விசாரனைக்கு பதில் அனுப்புகிறார். இவை "விலைப்புள்ளி" (Quotation) என்றும் அழைக்கப்படுகின்றன. இறக்குமதி செய்ய முடிவு எடுப்பதற்கு முன் எல்லா விலைப்புள்ளிகளும் ஒப்பிட்டு பார்க்கப்படுகின்றன.

2. இறக்குமதி உரிமம் மற்றும் பங்கு அளவை பெறுதல் (Quota): பொருள்களை இறக்குமதி செய்வது, இறக்குமதி மற்றும் ஏற்றுமதி (கட்டுப்பாடு) சட்டத்தினால் (1947)–ல் கட்டுப்படுத்தப்படுவதால், இறக்குமதி செய்ய விரும்புபவர் உரிமம் வழங்கும் துறையிடமிருந்து உரிமம் பெற வேண்டும். இறக்குமதி உரிமமானது, பொது உரிமமாகவோ அல்லது குறிப்பிட்ட உரிமமாகவோ இருக்கலாம். பொது உரிமம் எந்த தேசத்திலிருந்தும் இறக்குமதி செய்ய அனுமதிக்கிறது. ஆனால், குறிப்பிட்ட அல்லது தனிப்பட்ட உரிமம் சில குறிப்பிட்ட தேசங்களிடமிருந்து மட்டுமே இறக்குமதியை அனுமதிக்கிறது. இறக்குமதி உரிமம் இரு பிரதிகளாக வழங்கப்படுகிறது. முதல் பிரதி இறக்குமதியாளர் சரக்குகளை எடுத்துச் செல்லும் போது சுங்கத்துறையினரிடம் கொடுக்கப்படுகிறது. இரண்டாவது படிவம் மைய வங்கியிடமிருந்து அந்நிய செலாவணி பெறுவதற்காக பயன்படுத்தப்படுகிறது.

3. அந்நியச் செலாவணியைப் பெறுதல்: இறக்குமதியாளர் ஏற்றுமதி செய்யும் நாட்டுக்கு, அந்நாட்டின் செலாவணியிலேயே பணம் தரவேண்டியிருப்பதால், இறக்குமதியாளர் உரிமம் பெற்ற பிறகு, தேவையான அந்நியச் செலாவணியைப் பெறுவதற்கு ஏற்பாடுகள் செய்ய வேண்டியுள்ளது. இந்தியாவில் இந்திய மைய வங்கி (RBI) அந்நியச் செலாவணி பயன்பாட்டை நெறிப்படுத்துவதற்கு அதிகாரம் படைத்தது.

4. சரக்குத் தேவைக்கான குறிப்பீடு அல்லது ஆணை பிறப்பித்தல்: இறக்குமதி உரிமம் மற்றும் தேவையான அளவு அந்நியச் செலாவணி பெற்றபின் இறக்குமதியாளர் சரக்குத் தேவைக்கான குறிப்பீடு அல்லது ஆணையை பிறப்பிக்கிறார். சரக்குத் தேவை குறிப்பீடு என்பது ஒரு இறக்குமதியாளர், ஒரு ஏற்றுமதியாளரிடம் குறிப்பிட்ட சரக்குகளை அனுப்புமாறு பிறப்பிக்கும் ஒரு ஆணையாகும். இதில் இறக்குமதி செய்யப்படும் சரக்குகள் பற்றிய முழு விபரங்கள், விலை பற்றிய நிபந்தனைகள், கப்பலில் ஏற்றப்படும் விபரங்கள், சரக்குப் பட்டுவாடா, பணம் செலுத்தும் முறை போன்றவை இருக்கும்.



சரக்குத் தேவை குறிப்பீடு மூன்று வகைப்படும்.

அ. திறந்த சரக்குத் தேவை குறிப்பீடு (Open Indent): சரக்குகளை தேர்ந்தெடுப்பது மற்றும் பிற விபரங்களை அயல் நாட்டிலுள்ள முகவரின் விருப்பத்திற்கு விடப்பட்டால், அதற்கு 'திறந்த சரக்குத் தேவை' குறிப்பீடு என்று பெயர்.

ஆ. மூடப்பட்ட சரக்குத் தேவை குறிப்பீடு (Closed Indent): தேவைப்படும் சரக்குகளைப் பற்றிய முழு விபரங்களும் அடங்கியிருந்தால் அது மூடப்பட்ட சரக்கு தேவை குறிப்பீடு எனப்படும்.

இ. உறுதி செய்யும் சரக்கு தேவை குறிப்பீடு (Confirmatory Indent): உறுதி செய்யப்பட வேண்டிய சரக்காணையை இறக்குமதியாளரின் முகவர் கொடுத்தால், அது உறுதி செய்யும் சரக்குத் தேவை குறிப்பீடு எனப்படும்.

5. கடன் கடிதம் பெற ஏற்பாடு செய்தல் (Letter of Credit): இறக்குமதியாளரின் மீது ஏற்றுதியாளர் வரையும் மாற்றுமுறை உண்டியல் (Bills of Exchange) தன்னிடம் வரும்போது அதற்கு பணம் தரப்படும் என்று, இறக்குமதியாளருடைய வங்கியின் உறுதிமொழியே கடன் கடிதமாகும். இறக்குமதியாளரின் நாணயத்தன்மையை உறுதி செய்வதற்காகவே இக்கடிதம் பெறப்படுகிறது.

6. கப்பல் ஆவணங்களைப் பெறுதல்: சரக்கு ஆணையையும் கடன் கடிதத்தையும் பெற்ற பிறகு, ஏற்றுமதியாளர் சரக்குகளை கப்பலில் ஏற்றுகிறார். இதன்பிறகு ஏற்றுமதியாளர், இறக்குமதியாளருக்கு ஒரு ஆலோசனை குறிப்பு சீட்டு (Advise Note) அனுப்புவதன் மூலம், சரக்குகள் அனுப்பப்பட்டதை தெரிவிக்கிறார். இந்த ஆலோசனை குறிப்புச் சீட்டு, கப்பல் சேருமிடத் (Destination Port) துறைமுகத்திற்கு வந்துசேரும் உத்தேசத் தேதியை

இறக்குமதியாளருக்குத் தெரிவிக்கிறது. இதன்பிறகு, ஏற்றுமதியாளர் அனுப்பிய சரக்குகளின் மதிப்பிற்கு ஈடான தொகைக்கு இறக்குமதியாளரின் வங்கி மீது மாற்றுமுறை உண்டியல் தயாரிக்கிறார். இந்த மாற்றுமுறை ஆவணம் தேவையான கப்பல் ஆவணங்களுடன் அனுப்பப்பட்டால், அது "ஆவணங்களுடன் கூடிய உண்டியல்" (Documentary Bill) என்றழைக்கப்படுகிறது. இதில்,

1. மாற்றுமுறை உண்டியல்

2. கப்பல் ஆவணங்கள்

ஆகியவை அடங்கியுள்ளன. கப்பல் ஆவணங்களில் கப்பல் ரசீது (Bill of Lading), காப்பீடு ஆவணங்கள், உற்பத்தியிட சான்றிதழ் (Certificate of Origin), தூதரக பட்டியல் (Consular Invoice) ஆகியவை அடங்கும். இவைகள் இறக்குமதியாளரின் நாட்டில் தனது இணையையோ அல்லது முகவரையோ கொண்டுள்ள ஒரு அங்கியச் செலாவணி வங்கியால் பணம் பெறுவதற்காக இறக்குமதியாளரின் வங்கிக்கு அனுப்பி வைக்கப்படுகிறது. கடன் கடித ஏற்பாட்டு முறையில் இறக்குமதியாளரின் வங்கி, சுங்க அதிகாரிகளிடமிருந்து சரக்கை பெறுவதற்காக இறக்குமதியாளருக்கு இவ்வாணங்களை தருகிறது. கடன் கடிதம் இல்லாத நிலையில் இறக்குமதியாளரின் வங்கி இந்த ஆவணங்களை இறக்குமதியாளருக்குத் தருவதில் ஏற்றுமதியாளரின் உத்தரவுப்படி நடந்து கொள்கிறது.

இதில் மாற்றுமுறை உண்டியல் "ஏற்புக்குப்பின் ஆவணங்கள்" (Documents against acceptance) என்று குறிக்கப்பட்டிருந்தால், இந்த ஆவணங்கள் இறக்குமதியாளர் இந்த உண்டியலுக்கு தனது ஏற்பை தந்த பின்னரே ஆவணங்கள் வழங்கப்படும். வழக்கமாக இந்த உண்டியலின் காலம் 30–லிருந்து 90 நாட்கள் வரை இருக்கும். இந்த மாற்றுமுறை உண்டியல் "பணம் செலுத்தியபின் ஆவணங்கள்" (Documents against payment) என்று குறிக்கப்பட்டிருந்தால், இறக்குமதியாளர் உண்டியல் தொகையை செலுத்திய பின்பே ஆவணங்கள் அவருக்கு வழங்கப்படும்.

7. சரக்குகளை எடுத்துச் செல்லுதல் (Clearing the goods)~ சரக்குகளுக்கான உரிமை சான்று ஆவணங்களை பெற்றபின் இறக்குமதியாளர் கப்பலின் வருகைக்காக காத்திருக்கிறார். கப்பல் வந்து சேர்ந்தபின், இறக்குமதியாளர் சரக்குகளை எடுத்துச் செல்வதற்காக சுங்க அலுவலகத்திற்கு இறக்குக்கூலி, இறக்குமதி வரி, சுங்க வரி மற்றும் இதர துறைமுக வரிகளைச் செலுத்தி பொருட்களை பெற்றுக்கொள்கிறார்.

இறக்குமதி வணிகத்தில் ஈடுபட்டுள்ள இடைநிலையாளர்கள் (Intermediaries involved in import trade)~ தேவைக் குறிப்பீட்டகம் (Indent House) மற்றும் சரக்கெடுப்பு முகவர்கள் (Clearing Agents) ஆகிய இடைநிலையாளர்கள் மூலமாக சரக்குகள் இறக்குமதி செய்யப்படுகின்றன.

1. தேவைக்குறிப்பீட்டகம் (Indent Houses): இவர்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட வணிகத்தில் சிறப்பாக ஈடுபட்டுள்ளவர்கள். அச்சிறப்பு சேவைக்காக இவர்கள் இறக்குமதியாளரிடமிருந்து தரகு பெறுகிறார்கள். இறக்குமதியாளர் தேவை குறிப்பீட்டகத்தின் சேவையை பெற விரும்பினால், அவர் அதன்பின் ஒரு உடன்பாடு (Agreement) செய்து கொள்ள வேண்டும். தேவை குறிப்பீட்டகம், தேவைக்குறிப்பீட்டு நிறுவனம் அல்லது இறக்குமதி தரகர்கள் (Import Commission Houses) என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.

தேவைக்குறிப்பீட்டகங்களின் பணிகள்:

அ. இறக்குமதியாளருக்கும், ஏற்றுமதியாளருக்குமிடையே ஒரு இடைநிலையாளராக இவை செயல்படுகின்றன. உள்நாட்டு வணிகர்களிடமிருந்து சரக்காணை பெற்றபின் வெளிநாடுகளிலிருந்து சரக்குகளை இறக்குமதி செய்கின்றன.

ஆ. பலவகையான சரக்குகள் கிடைப்பது பற்றிய தகவல்களை தருவதுடன், இறக்குமதியாளருக்கு கடன் வசதியும் செய்து தருகின்றன.

இ. இவை ஏற்றுமதியாளருடன் தொடர்பு கொண்டு சரக்குகளின் மாதிரிகளைப் பெற்று உள்நாட்டு வணிகர்களுக்கு நேரில் காட்டி, அவர்களின் சரக்காணைகளை பெறுகிறது. இறக்குமதியாளர்களின் குறைகளையும், புகார்களையும் ஏற்றுமதியாளருக்கு தெரிவிக்கின்றன.

2. சரக்கெடுப்பு முகவர்கள் (Clearing Agents)~ இறக்குமதியாளர் பல்வேறு சரக்குகளை பெறுமுன், பல்வேறு சட்ட சடங்கு முறைகளை பூர்த்தி செய்ய வேண்டியுள்ளது. இறக்குமதியாளர் தானாகவோ அல்லது சரக்கெடுப்பு முகவர்களை நியமித்தோ சரக்குகளை பெறலாம். மற்றவர்கள் சார்பாக சரக்குகளை பெறுவதற்காக, பல்வேறு சடங்கு முறைகளை சிறப்பாக செய்யும் பணியில் ஈடுபட்டுள்ளவர்களே சரக்கெடுப்பு முகவர்களாவர். இச்சேவைக்காக அவர்கள் தரகு பெறுகிறார்கள்.

ஏற்றுமதி வணிகம்

விளக்கம்: அயல்நாட்டிலுள்ள ஒரு வணிகருக்கு சரக்குகளை விற்பதையே ஏற்றுமதி வணிகம் என்கிறோம். உதாரணமாக, இந்தியா மற்ற தேசங்களுக்கு சரக்கை விற்பனை செய்வதை ஏற்றுமதி வணிகம் என்கிறோம்.

ஏற்றுமதி வணிக நடைமுறைகள்: இறக்குமதி மற்றும் ஏற்றுமதி (கட்டுப்பாட்டு) சட்டம் 1947 இந்தியாவின் ஏற்றுமதியை நெறிப்படுத்துகிறது. சரக்கு ஏற்றுமதியில் நாட்டிற்கு நாடு நடைமுறைகள் வேறுபடுகின்றன. என்றாலும், கீழ்கண்ட பொதுவான நடைமுறைகள் பின்பற்றப்படுகின்றன.

1. விசாரணைகளை பெறுவது: முதல் கட்டத்தில் ஒரு இறக்குமதியாளரிடமிருந்து சரக்குகளின் விலை, தரம் மற்றும் நிபந்தனைகளை பற்றிய ஒரு வணிக விசாரணையை ஏற்றுமதியாளர் பெறுகிறார். அதன்பின், ஏற்றுமதியாளர் விற்பனைக்கான நிபந்தனைகள், விற்பனை செல்லுநிலைக்காலம் (Validity Period), சரக்கு வழங்கு காலம் (Delivery Schedule), பணம் செலுத்து விதிகள் (Payment forms) ஆகியவை உள்ளடங்கிய "விலைப்புள்ளி"யை (Quotation) அனுப்பி வைக்கிறார்.

2. சரக்காணை அல்லது தேவைக்குறிப்பீடு பெறுதல் (Receipt of order or indent): இரண்டாவது கட்டத்தில் ஏற்றுமதியாளர், சரக்காணையை இறக்குமதியாளரிடமிருந்து நேரடியாகவோ அல்லது தேவைக்குறிப்பீட்டகங்கள் போன்ற சிறப்பு முகமை மூலமாகவோ பெறுகிறார்.

3. கடன் கடிதம் பெறுதல் (Obtaining letter of Credit): உறுதிபடுத்தப்பட்ட சரக்காணை பெற்றபின் ஏற்றுமதியாளர், இறக்குமதியாளரின் நாணயத்தன்மையைப் பற்றி விசாரிக்கிறார். பொதுவாக, ஏற்றுமதியாளர், இறக்குமதியாளரிடம் ஒரு கடன் கடிதம் அனுப்புமாறு கேட்கிறார். கடன் கடிதம் என்பது ஏற்றுமதியாளரால், இறக்குமதியாளர் மீது வரையப்பட்ட மாற்றுமுறை உண்டியல் தன்னிடம் வரும்போது அதற்கு பணம் தரப்படும் என்ற இறக்குமதியாளரின் வங்கியின் உறுதிமொழியே கடன் கடிதமாகும்.

4. ஏற்றுமதி உரிமம் அல்லது அளவீடு பெறுதல் (Obtaining Export Licence or Quota): ஏற்றுமதி வணிகம், இறக்குமதி மற்றும் ஏற்றுமதி (கட்டுப்பாடு) சட்டம் 1947 மற்றும் அந்நிய வாணிபம் (வளர்ச்சி மற்றும் நெறிமுறை) சட்டம் 1992 இவற்றால் நெறிப்படுத்தப்படுகிறது. கட்டுப்பாட்டிற்கு உட்பட்டுள்ள சரக்குகளை ஒரு செல்லத்தக்க ஏற்றுமதி உரிமம் பெறாமல் ஏற்றுமதி செய்ய முடியாது. ஏற்றுமதியாளர், அயல்நாட்டு வணிக பொது இயக்குநருக்கோ

(Director General of Foreign Trade, DGFT), அல்லது மண்டல உரிமை வழங்கு அதிகாரிக்கோ (Regional Licensing Authority), குறிப்பிட்ட படிவத்தில் விண்ணப்பிக்க வேண்டும். இவ்வதிகாரி தகுதியானவர்களுக்கு உரிமம் வழங்குவார்.

5. அந்நியச் செலாவணி ஒழுங்காற்று விதிகள் பின்பற்றப்படுவது (Compliance of foreign exchange regulations): அந்நியச் செலாவணி ஒழுங்காற்றுச் சட்டம் 1947–ன் படி ஒவ்வொரு ஏற்றுமதியாளரும், சரக்குகளின் முழு மதிப்பிற்கான அந்நியச் செலாவணியை இந்திய மைய வங்கிக்கு குறிப்பிட்ட காலக்கெடுவிற்குள் செலுத்திவிடுவதாக உறுதிமொழி தர வேண்டும். இதற்கான படிவத்தை (GR படிவம்) ஏற்றுமதியாளர் நான்கு பிரதிகளாக தயாரிக்க வேண்டும். சரக்குகள் கப்பலில் ஏற்றப்பட்ட 180 நாட்களுக்குள் அதற்கான அந்நியச்செலாவணி இந்தியாவில் பெறப்பட வேண்டும் என்பதற்காக, இந்திய மைய வங்கியால் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள படிவமே GR படிவமாகும்.

6. கப்பல் ஆணை பெறுதல் (Obtaining Shipping Order) : கப்பல் ஆணை என்பது, அதில் குறிப்பிட்ட அளவு சரக்குகளை பெற்றுக் கொள்ளுமாறு கப்பல் தலைவருக்கு (Captain) உத்தரவுகள் அடங்கிய ஒரு ஆணையாகும். கப்பல் நிறுவனத்துடனோ அல்லது அதன் முகவருடனோ ஒரு உடன்பாடு ஏற்படுத்திக் கொண்டு, ஒரு கப்பலில் தேவையான இடத்தை வாடகைக்கு அமர்த்திக் கொள்ள தேவையான ஏற்பாடுகளை செய்யவேண்டியது ஏற்றுமதியாளரின் கடமையாகும். இக்கடமையானது, இந்தத்துறையில் சிறப்பாக பணியாற்றும் வாடகை வண்டி ஏற்பாட்டுத்தரகர் அல்லது முகவர்களிடம் இப்பொறுப்பு ஒப்படைக்கப்படலாம். ஏற்றுமதியாளர் சார்பாக கப்பல் நிறுவனத்திடமிருந்து, கப்பல் முகவர் கப்பல் ஆணை பெறுகிறார். அனுப்பீடு பெரியளவில் இருக்குமேயானால், ஏற்றுமதியாளர் ஒரு முழுக்கப்பலையோ அல்லது ஒரு கப்பலின் பெரும் பகுதியையோ வாடகைக்கு அமர்த்தலாம். இந்நிலையில், கப்பல் நிறுவனத்தோடு ஏற்றுமதியாளர் செய்து கொள்ளும் உடன்பாடே வாடகை ஒப்பந்தம் (Charter Party Agreement) எனப்படுகிறது. சரக்கு போக்குவரத்து வாங்குவோருடைய பொறுப்பில் இருப்பின், எந்த தேதியில் சரக்குகள் அனுப்பப்படுவதற்கு தயாராக இருக்கும் என்பது வாங்குபவருக்கு தெரிவிக்கப்பட வேண்டும்.

7. கட்டுமானம், குறியீடு மற்றும் அனுப்புகை ஏற்பாடு செய்தல் (Packing, marking and forwarding): ஏற்றுமதியாளரின் உத்தரவுகளுக்கு இணங்க கட்டுமானம் மற்றும் குறியீடு செய்யப்படல் வேண்டும். இது சரக்குகளை பாதுகாப்பான முறையில் சேர்ப்பிப்பதற்கு ஏதுவாக இருக்கும்.

ஏற்றுமதிக்கான சரக்குகளை கப்பலில் ஏற்றுவதற்கு முன் சில சடங்குமுறைகளை பூர்த்திசெய்தல் வேண்டும். அனுப்புகை முகவர்கள் இவற்றை பூர்த்தி செய்வர்.

8. சரக்குப்பட்டியல் பட்டியல் தயாரித்தல் **(Preparation of invoice and consular invoice) :** அனுப்புகை முகவரிடமிருந்து தகவல் பெற்றபின்பு அல்லது சரக்குகளை கப்பலில் ஏற்றியபின்பு, ஏற்றுமதியாளர் சரக்குப்பட்டியலை தயாரிக்க வேண்டும். இப்பட்டியலில் கப்பலின் பெயர், சரக்கு அனுப்பியதன் விபரங்கள், சேருமிடம், தேவை குறியீட்டு எண், கட்டுமான மற்றும் குறியீட்டு விபரங்கள், சரக்கின் விலை மற்றும் பிற செலவுகள் ஆகியவை இடம்பெறும். ஏற்றுமதியாளர் மற்றும் இறக்குமதியாளருக்குமிடையே ஏற்பட்ட உடன்பாட்டின்படி இது தயாரிக்கப்படுகிறது. சரக்குகளின் மதிப்பு அடிப்படையில் வரிவிதிக்கப்பட்டால், சுங்க அதிகாரிகளுக்குத் தருவதற்காக ஏற்றுமதியாளர், இறக்குமதியாளருக்கு தூதுவர் பட்டியலை (Consular invoice) அனுப்பி வைக்கிறார். சரக்குகளை கப்பலில் இருந்து எடுக்கும்போது ஏற்படும் காலவிரயம் மற்றும் இடையூறுகளை தவிர்ப்பதற்காகவே இவ்வாறு செய்யப்படுகிறது. ஏற்றுமதியாளரின் நாட்டிலுள்ள இறக்குமதி நாட்டிற்கான அந்நிய (Consular) தூதுவரிடமிருந்து, இப்படிவம் (Consular invoice) பெறப்படுகிறது. இந்தப்படிவத்தில், ஏற்றுமதியாளர் சரக்கைப்பற்றிய முழு விபரங்களையும் குறிப்பிட்டு சரக்கின் மதிப்பிற்கு சான்று அளிக்கிறார். இதன்பிறகு அயல்நாட்டுத்தூதுவர் (Consular) இதற்கான சான்றிதழை வழங்குகிறார்.

9.சுங்கவரித் தீர்வு பெறுதல்**(Obtaining customs clearance) :** ஏற்றுமதியாளர் சுங்கவரி அலுவலகத்திற்கு ஏற்றுமதி விண்ணப்பத்துடன் கப்பல் ரசீதின் (Shipping bill) மூன்று பிரதிகளையும், ஏற்றுமதி உரிமத்தையும் தரவேண்டும். தேவைப்பட்ட வரி செலுத்தியபின் கப்பல் ரசீதின் இரண்டு பிரதிகளையும் ஏற்றுமதி உரிமம் மற்றும் படிவங்களை ஏற்றுமதியாளருக்கு சுங்கவரி அதிகாரிகள் திருப்பித் தருகிறார்கள். இதில் இரண்டாவது பிரதி சுங்க அலுவலகத்திலேயே இட்டு வைக்கப்படுகிறது. சுங்க அதிகாரிகள் எல்லா சடங்குமுறைகளையும் சரிபார்த்தபின் ஏற்றுமதி அனுமதிச்சீட்டு (Export pass) வழங்குகிறார்.

10. துறைமுகத்தள கட்டணம் செலுத்துதல் **(Paying dock dues):** ஏற்றுமதிவரி செலுத்தியபின் சரக்குகளை துறைமுகத்தளத்திற்கு கொண்டுசெல்ல ஏற்பாடு செய்யப்படுகிறது. துறைமுகத்தளம் என்பது கப்பலில் சரக்குகளை ஏற்றுவதற்கான ஒரு வைப்பிடமாகும். இந்நிலையில், துறைமுகத்தள செலுத்து சீட்டின் (Dock challan) இரண்டு பிரதிகளும் கப்பல் ரசீதின் ஒரு பிரதியும் துறைமுகத்தள அதிகாரிகளுக்கு சமர்ப்பிக்கப்படுகிறது. இவ்வதிகாரிகள்

துறைமுக ரசீதின் ஒரு பிரதியை வைத்துக்கொண்டு, மற்றொரு பிரதியை ஏற்றுமதியாளருக்கோ அல்லது அவரது முகவருக்கோ திருப்பி தருகிறார்கள்.

11. கப்பலில் ஏற்றப்படும் சரக்குகளை சரிபார்த்தல் **(Verification of goods to be shipped):** சரக்குகள் துறைமுகத்தளத்திற்கோ அல்லது நேரடியாக கப்பலுக்கோ கொண்டு வரப்படுகிறது. சரக்குகள் கப்பலில் ஏற்றப்படுவதற்கு முன் கப்பல் தலைவராலோ (Captain of the ship) அல்லது அவரது உதவியாளராலோ (mate) கப்பல் ரசீது மற்றும் ஆணைகளுடன் சரிபார்க்கப்படுகிறது.

12. கப்பல்தலைவரின் உதவியாளர் ரசீது **(Mate's receipt):** சரக்குகள் கப்பலில் ஏற்றப்படும்போது கப்பலின் தலைவரோ அல்லது அவரின் உதவியாளரோ கப்பல் தலைவரின் உதவியாளர் ரசீது எனப்படும் ரசீதை வழங்குகிறார். இந்த ரசீதில் சரக்குகளின் எண்ணிக்கை, கட்டுமான எண்ணிக்கை, கட்டுமானத்தின் நிலைமை போன்றவை இடம்பெறும். கப்பல் தலைவரின் உதவியாளர் திருப்தியடைந்தால் பிழையற்ற (Clean receipt) ரசீதும், இல்லையெனில் பிழையுள்ள ரசீதும் (Foul receipt) வழங்குகிறார்.

13. கப்பல் ரசீது பெறுதல் **(Bill of lading):** இது சரக்குகள் கப்பலில் ஏற்றப்பட்டதற்கான கப்பல் நிறுவனத்தால் அளிக்கப்படும் ஒப்புகை ரசீதாகும். மேலும், இது சென்றடைய வேண்டிய துறைமுகத்திற்கு சரக்குகளை கொண்டு செல்வதற்கான நிபந்தனைகள் மற்றும் விதிமுறைகளையும் உள்ளடக்கி இருக்கும். கப்பல் ரசீதை பின்எழுதுதல் மூலமாக சுலபமாக மாற்றம் செய்யலாம். கப்பல் தலைவர் இதில் கையொப்பம் இடுகிறார். இதில் கப்பலின் பெயர், சரக்கு ஏற்றப்பட்ட இடம், சரக்கு விபரங்கள், சென்றடையும் துறைமுகம், தேதி, கப்பல் வாடகை, சரக்குகள் வழங்கப்படவேண்டிய நபரின் பெயர், சரக்கேற்றியவரின் பெயர் ஆகியவை காணப்படும். இது மூன்று நோக்கங்களை பூர்த்தி செய்கிறது.

1) இது கப்பலில் ஏற்றப்பட்ட சரக்குகளுக்கான ரசீதாகவும், ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட நிபந்தனைகள் மற்றும் விதிமுறைகளின் சாட்சியாகவும் பயன்படுகிறது.

2) சரக்குகளை கொண்டு செல்வதற்கான ஒப்பந்தத்தின் சாட்சியாகவும் இது விளங்குகிறது.

3) இதில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள சரக்குகளுக்கு உரிமை மாற்று ஆவணமாக விளங்கி சுலபமாக மாற்றம் செய்யத்தக்கதாக உள்ளது.

14. காப்பீடு செய்தல் (Offering insurance): கடல் ஆபத்துகளிலிருந்து பொருட்களை பாதுகாப்பதற்காக கப்பல் அனுப்பீடுகளுக்கு காப்பீடு செய்யப்படுகின்றன. காப்பீடு செய்யப்படவில்லையெனில், வங்கியிடம் இந்த மாற்றுமுறை ஆவணத்தை வட்டம் செய்ய முடியாது. ஆதலால், ஏற்றுமதியாளர் சரக்கு போக்குவரத்தின்போது ஏற்படக்கூடிய எல்லாவித இடர்களுக்கு எதிராக சரக்குகளை காப்பீடு செய்கிறார். கப்பலில் ஏற்றப்பட்ட ஏற்றுமதி சரக்குகளை கடன் உத்தரவாத கழகத்துடன் (Export credit guarantee corporation) காப்பீடு செய்வது, வாங்குபவரின் திவால் நிலை மற்றும் கலகம், உள்நாட்டு போர் போன்ற வணிக மற்றும் அரசியல் இடர்களிலிருந்து பாதுகாக்கும். இது ஏற்றுமதியாளர் வங்கிகளிடமிருந்து ஏற்றுமதி நிதிஉதவி பெறுவதற்கு உதவியாக உள்ளது.

15. உற்பத்தி இடச் சான்றிதழ் பெறுதல் (Obtaining certificate of origin): வரி செலுத்துவதில் சலுகை பெறுவதற்காக ஏற்றுமதியாளர் உற்பத்தி இடச்சான்றிதழை பெற்று இறக்குமதியாளருக்கு அனுப்புகிறார். இச்சான்றிதழ் ஏற்றுமதி செய்யப்படும் சரக்குகள், உற்பத்தி செய்யப்பட்ட நாட்டின் பெயருக்கு சான்று அளிக்கிறது. இந்தியாவில் இச்சான்றிதழை வழங்க, இந்திய வணிக மற்றும் தொழில் கூட்டமைப்பு (Federation of Indian chamber of Commerce and Industry), ஏற்றுமதி வளர்ச்சி குழு (Export promotion council) மற்றும் பல்வேறு வணிக சங்கங்கள் ஆகியவற்றிற்கு இந்திய அரசாங்கம் அதிகாரம் வழங்கியுள்ளது.

16. பணம் பெறுதல் (Receiving payments): ஏற்றுமதியாளர், ஏற்றுமதி செய்யப்பட்ட சரக்கிற்கான பணத்தை இறக்குமதியாளருடன் செய்துகொண்ட ஒப்பந்தப்படி பெறுகிறார். பணம் பெறுதலுக்கான பல்வேறு வழிமுறைகள் கீழே தரப்பட்டுள்ளன.

ஆவணங்களுடனான மாற்றுமுறை உண்டியல் (Documentary bills of Exchange): ஏற்றுமதியாளர், ஏற்றுமதி செய்யப்பட்ட சரக்குகளின் மதிப்பிற்கு ஒரு மாற்றுமுறை உண்டியல் எழுதி அதனை மற்ற ஆவணங்களுடன் இறக்குமதியாளருக்கு அனுப்பி வைக்கிறார். இந்த ஆவணங்கள் பணம் செலுத்தப்பட்டதற்குப்பின் இறக்குமதியாளருக்கு தரப்பட்டால் அதற்கு "பணம் செலுத்தியபின் ஆவணங்கள்" (Documents against payment - D.P.)) என்று பெயர். மாற்றுமுறை உண்டியல் இறக்குமதியாளரால் ஏற்பு செய்யப்பட்டபின்பு ஆவணங்கள் தரப்பட்டால் அதற்கு "ஏற்புக்குப்பின் ஆவணங்கள்" (Documents against acceptance - D.A.) என்று பெயர். இம்முறையில் சம்பந்தப்பட்ட வங்கியின் கிளை மாற்றுமுறை உண்டியலின் முதிர்ச்சி காலத்தில் பணம் பெற்று

அதனை ஏற்றுமதியாளரின் கணக்கில் வரவு வைக்கிறது.

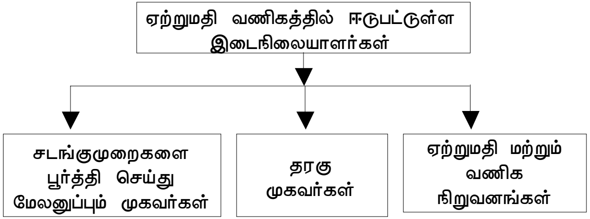
ஆவணங்களுடனான மாற்றுமுறை உண்டியலை வட்டம் செய்தல் (Discounting documentary bills of exchange): ஏற்றுமதியாளருக்கு உடனடியாகப் பணம் தேவைப்பட்டால், அவர் மாற்றுமுறை உண்டியலை வங்கியிடம் வட்டம் செய்து கொள்ளலாம். இதற்காக, ஏற்றுமதியாளர் வங்கிக்கு "அடமானக் கடிதம்" (Letter of hypothecation) தரவேண்டும். மாற்றுமுறை உண்டியல் இறக்குமதியாளரால் மறுப்பு செய்யப்படும் நிலையில், இச்சரக்குகளை விற்பதற்கு இந்த அடமானக்கடிதம் வங்கியருக்கு அதிகாரமளிக்கிறது.

1. ஆவணங்களுடனான கடன் கடிதம் (Documentary letter of credit): ஆவணங்களுடனான கடன் கடிதம் என்பது ஏற்றுமதியாளரின் பெயரில் கடன் கடிதத்தை இறக்குமதியாளர் ஒரு வங்கி மூலம் ஏற்பாடு செய்வதால் சுலபமாகவும், விரைவாகவும் ஏற்றுமதியாளர் பணம் பெறமுடிகிறது. இந்த ஏற்பாடே ஆவணங்களுடனான கடன் கடிதம் என்கிறோம். ஏற்றுமதியாளர் தனது வங்கியரிடம் ஆவணங்களுடனான மாற்றுமுறை உண்டியலை சமர்ப்பித்து உடனடியாக பணம் பெறமுடிகிறது.

2. அயல்நாட்டு பணவிடை மூலம் பணம்பெறுதல் (Payment through foreign draft): இம்முறையில் இறக்குமதியாளர், ஏற்றுமதியாளரின் நாட்டிலுள்ள ஒரு வங்கியின் கிளையில் பணம் பெறும்படியாக சரக்கின் மதிப்பிற்கான பணவிடையை, தனது வங்கியில் பெற்று ஏற்றுமதியாளருக்கு அனுப்பி வைக்கிறார். இதனை பெற்றவுடன் ஏற்றுமதியாளர் அந்த வங்கிக்கிளையிலிருந்து உடனடியாக பணம் பெறலாம்.

17. பல்வேறு ஏற்றுமதி ஊக்கத்தொகைகளை பெறுதல் (Obtaining export incentives): ஏற்றுமதியை ஊக்குவிப்பதற்காக அரசாங்கம் செலுத்திய வரியை திரும்பப் பெறுதல் (Duty drawback), இறக்குமதி ஈடுகட்டும் உரிமம் பெறுதல் (Import replenishment license), செலுத்திய கலால் வரியை மீட்பு செய்தல் (Excise duty refund) மற்றும் பல்வேறு வழங்குதல் வருமானவரி ஊக்குவிப்புகள் போன்றவற்றை வழங்குகிறது.

ஏற்றுமதி வணிகத்தில் ஈடுபட்டுள்ள இடைநிலையாளர்கள் (Intermediaries involved in Export Trade): கீழ்க்கண்ட இடைநிலையாளர்கள் ஏற்றுமதி வணிகத்தில் ஈடுபட்டுள்ளவர்கள்.



1. சடங்குமுறைகளை பூர்த்திசெய்து மேல்அனுப்பும் முகவர்கள் (Clearing and forwardings agents): சரக்குகளை கப்பலில் ஏற்றுவதற்கான சுங்க மற்றும் சரக்கேற்று சடங்குமுறைகளை பூர்த்தி செய்வதற்காக, இவ்வகை முகவர்கள் நியமிக்கப்படுகிறார்கள். இச்சேவைக்காக அவர்கள் நியாயமான கட்டணம் பெறுகிறார்கள். கீழ்க்கண்ட பணிகளை அவர்கள் செய்கிறார்கள்.

1. கப்பல் ஒப்பந்தத்தை கப்பல் நிறுவனத்துடன் பேசி முடிவுசெய்தல்.
2. சுங்கத்துறை சடங்குமுறைகளை பூர்த்தி செய்தல்.
3. கப்பலில் சரக்குகளை ஏற்றுதல்.
4. கப்பல் ரசீது (Bill of lading) பெறுதல்.
5. சரக்குகளை கட்டுமானம் மற்றும் குறியீடு செய்தலை ஏற்றல்.
6. சரக்குகளை காப்பீடு செய்ய உதவி செய்தல்.

2. தரகு முகவர்கள் (Commission agents): தரகு முகவர்கள் அனுப்பாணைகளைப் பெற்று ஏற்றுமதியாளர்களுக்கு அனுப்பி வைக்கின்றனர். இம்முகவர்கள் ஒப்புக்கொண்ட தரகு வீதத்தொகையை பெறுகிறார்கள். தரகு முகவர்களைத் தேர்ந்தெடுக்கும் போது ஒரு ஒப்பந்தம் செய்யப்படவேண்டும். இவ்வொப்பந்தத்திலுள்ள இருதரப்பினரும் 45 நாட்களுக்கு முன்னதாக அறிவிப்பு கொடுப்பதன் மூலம் ஒப்பந்தத்தை முறிவு (Termination) செய்யலாம்.

சுங்கத்துறை ஆவணத்தில் தெரிவித்திருந்தால் மட்டுமே இத்தரகு தொகை செலுத்துவதற்கு அனுமதி தரப்படுகிறது. அதிக பட்சமாக 12.5 சதவீதம்

தரகுத்தொகை செலுத்துவதற்கு இந்திய மைய வங்கி இவ்வணிகத்தில் ஈடுபட்டுள்ளவர்களுக்கு அதிகாரம் அளித்துள்ளது. ஏற்றுமதியாளரால் சமர்ப்பிக்கப்பட்ட ஆவணங்களின் அடிப்படையில் அதிகாரம் பெற்ற வணிகர்கள், தந்தி வழி மூலமாகவோ, அஞ்சல் வழி மூலமாகவோ அல்லது பணவிடை (Demand draft) மூலமாகவோ இத்தரகை செலுத்துகிறார்.

3. ஏற்றுமதி மற்றும் வணிக நிறுவனங்கள் (Export and Trading Houses): ஏற்றுமதியை அதிகரிப்பதற்காகவும், உலகளாவிய அளவில் சந்தையிடுகை சக்தியை வலுவுள்ளதாக ஆக்குவதற்கும் மற்றும் ஏற்றுமதி செயலாக்கத்தை அதிகரிப்பதற்காகவும் பல்வேறு வசதிகளை பெறுவதற்காகவும், இவ்வணிக நிறுவனங்கள் உருவாக்கப்பட்டுள்ளன. ஏற்றுமதி வணிக மற்றும் ஏற்றுமதி உற்பத்தியாளர், வணிக நிறுமங்கள், ஏற்றுமதியை மையமாகக்கொண்ட நிறுவனங்கள் (Export oriented units), ஏற்றுமதி செய்முறை மண்டலத்திலுள்ள நிறுவனங்கள் (Export oriented zones), மின்னணு பொருட்கள் தொழில்நுட்ப பூங்காக்கள் (Electronic Hardware Technology Parks) போன்றவை அங்கீகரிக்கப்பட்ட ஏற்றுமதி மற்றும் வணிக நிறுவனங்களுக்குள் அடங்கும்.

ஏற்றுமதி மற்றும் வணிக நிறுவனங்களின் பயன்கள்:

1. கடல்கடந்த வணிகத்திற்கு அனுமதி பெறுவதில் முன்னுரிமை பெறுதல்.
2. வரிவிலக்கு பெறுவதில் முன்னுரிமை பெறுதல்.
3. தகுதிபெற்ற சில பொருட்களை இறக்குமதி செய்வதற்கு சிறப்பு உரிமம் பெறுதல்.

மறுஏற்றுமதி வணிகம் (Entrepot Trade):

விளக்கம்: இன்னொரு தேசத்திற்கு ஏற்றுமதி செய்யும் நோக்கத்தோடு, ஒரு நாட்டிலிருந்து சரக்குகளை இறக்குமதி செய்தால் அது மறுஏற்றுமதி வணிகம் எனப்படும். இச்சரக்குகளின் மீது இறக்குமதி வரி விதிக்கப்படுவதில்லை. லண்டன், ஹாங்காங், ஆம்ஸ்டர் டேம் மற்றும் சிங்கப்பூர் ஆகியவை மறுஏற்றுமதி வணிகத்தில் முக்கிய மையங்களாகும்.

சிறப்புத் தன்மைகள் (Features): கீழ்க்கண்டவை இவ்வகை வணிகத்தின் சிறப்புத் தன்மைகளாகும்:

1. இவ்வகை சரக்குகளின் மீது இறக்குமதி வரி சுமத்தப்படுவதில்லை.
2. இவ்வகை சரக்குகள் மறுஏற்றுமதிக்காக தயார் செய்யப்பட்டு மறு கட்டுமானம்

செய்யப்படுகின்றன.

3. இவ்வகை சரக்குகள் மறுஏற்றுமதி செய்யப்படும் வரை பிணைய பண்டகசாலையில் வைக்கப்படுகின்றன.

தேவை: கீழ்வரும் சூழ்நிலைகளில் இவ்வகை வணிகம் அவசியமாகிறது:

1. இறக்குமதி செய்யும் நாட்டில் போதுமான அளவு வங்கி வசதிகள் இல்லாமலிருக்கும்போது

2. தொடர்ந்து அயல்நாட்டு வணிகம் செய்யும் அளவிற்கு சரக்குகளின் அளவு இல்லாமலிருக்கும்பொழுது

3. ஏற்றுமதி செய்யும் நாட்டிற்கும், பொருட்களை நுகரும் நாட்டிற்குமிடையே நேரடி தொடர்பு ஏற்படுத்தப்படுவது சிக்கலாக இருக்கும்பொழுது.

உலகமயமாக்கல் (Globalization)

விளக்கம்: சரக்குகள், சேவைகள், தொழில்நுட்பம், நிதி மற்றும் பணியாளர்கள் ஆகியவற்றின் சர்வதேச சந்தைகளை ஒருங்கிணைப்பு செய்தலையே உலகமயமாக்கல் என்கிறோம். உலகப்பொருளாதாரத்துடன், ஒரு நாட்டின் பொருளாதாரம் இணைவதே இது. ஒரு நாட்டின் சந்தை உலகசந்தையுடன் இணைப்புப் பெறுவதையே இது குறிக்கிறது. உலகமயமாக்கல் அந்நிய நேரடி முதலீட்டை (Foreign Direct Investment) ஊக்குவிக்கிறது. அந்நிய நேரடி முதலீடு செய்யத்தக்க மூலங்களை அதிகரிப்பதோடு மட்டுமல்லாது, ஏற்றுமதியையும் தூண்டுகிறது. பன்னாட்டு நிதி நிறுவனம் (IMF), உலக வணிக அமைப்பு (W.T.O.) மற்றும் உலக வங்கி ஆகிய இவைகள் உலகமயமாக்கலில் ஈடுபட்டுள்ள முகவர்களாக கருதப்படுகிறது. உலகமயமாக்கலின் செயல்பாடுகளை அதிகரிப்பதில், பன்னாட்டு தீர்வை மற்றும் வணிக பொது உடன்படிக்கை (General Agreement onTariffs and Trade - G.A.T.T.) மற்றும் வடஅமெரிக்க சுதந்திர வியாபார உடன்படிக்கை (North American Free Trade Agreement - N.A.F.T.A.) ஆகியவை கிரியா ஊக்கிகளாக செயல்படுகின்றன.

நன்மைகள்: உலகமயமாக்கலின் நன்மைகள் சுருக்கமாக கீழேதரப்பட்டுள்ளன:

1. தகவல் தொழில்நுட்பத் துறையில் ஏற்பட்டுள்ள விரைவான முன்னேற்றங்களும், அதன் அதிகரித்துக் கொண்டே செல்லும் உபயோகமும், தகவல்களின் வியாபார ரீதியான மதிப்பை உயர்த்தியுள்ளன. மின்னஞ்சல் (Electronic Mail), இணையம்

(Internet), நடமாடும் தொலைபேசி (Mobile Phone), வியாபார வேலைகளுக்கான கணினிகள், வீட்டுத் தொலைக்காட்சி மூலம் நுகர்வோர் தகவல்கள், தொலைக்காட்சி மூலம் பொருள் வாங்குதல் ஆகியவை மதிப்பு வாய்ந்த வியாபார தகவல்களை தந்து வருகின்றன. சிறந்த தகவல்தொடர்பு சாதனங்களின் மூலமாக உலகமே இன்று ஒரு சிறிய கிராமம் போல மாறிவிட்டது.

2. போட்டிகளினால் தொழில்நுட்பம், பயிற்சி முறைகள், தொழிலாளர்கள் மேலாண்மையில் பங்கு பெறுதல் ஆகியவற்றில் வளர்ச்சி அதிகரித்து, உலக முத்திரை பெற்ற பொருட்களுடன் உலக சந்தையில் பங்குபெறுவது சாத்தியமாகியுள்ளது.

3. போட்டிவிலைகளில் நல்ல தரமுள்ள பொருட்களை மிகக்குறைந்த அடக்கவிலையில் உற்பத்தி செய்வதற்காக ஒட்டுமொத்த தரமேலாண்மையை (Total quality management) பின்பற்றுவது சந்தையில் வற்புறுத்தப்படுகிறது.

4. திட்ட மேலாண்மை (Project management), தந்திர மேலாண்மை (Strategic management) மற்றும் பிற மேலாண்மை திறமைகளின் முக்கியத்துவத்தை இது அதிகரித்துள்ளது.

5. சந்தையில் தொடர்ந்து இருப்பதே ஒரு சவாலாக ஆகிவிட்டதால், போட்டியை சமாளிப்பதற்கு புதிய பொருள் உற்பத்தியின் முக்கியத்துவத்தை இது அதிகரித்துள்ளது.

6. வியாபார சந்தர்ப்பங்களை பயன்படுத்திக் கொள்வதற்காக, ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட அயல்நாட்டு நிறுமங்களுடன் உலகளாவிய தந்திர கூட்டாண்மைகள் உருவாகியுள்ளன.

7. மொத்த அடக்கவிலை மற்றும் அயல்நாடுகளிலுள்ள ஆராய்ச்சி வசதிகளை பகிர்ந்து கொளவதற்காக மற்ற நாடுகளுடன் இணை–வினை செயல்பாடுகளை இது அதிகரித்துள்ளது.

8. உரிம உடன்படிக்கை மூலமாக முத்திரையிடப்பட்ட பொருட்கள் அல்லது பதிவு உரிமை பெற்ற செயல்முறைகள் அல்லது பதிப்பு உரிமை பெற்ற பொருட்கள் ஆகியவற்றை சந்தையிலிடும் உரிமையை இது அதிகரித்துள்ளது.

தீமைகள்:

1. இந்திய அங்காடிகளில் பலவெளிநாட்டு நிறுவனங்கள் நுழைந்துள்ளதால், இவை அந்நியச் செலாவணி செலுத்துநிலை பிரச்சினைகளை உருவாக்குகிறது.

2. தங்கள் நாடுகளில் காலாவதியாகிவிட்ட இரண்டாம்பட்ச தொழில்நுட்பங்களை பன்னாட்டு நிறுமங்கள் நம் நாட்டிற்குள் புகுத்துகின்றன.

3. உள்நாட்டு தொழில்நுட்பம் மற்றும் சிறுதொழில்களை சோர்வடையச் செய்கிறது.

4. ஏற்றுமதியை அதிகரிப்பதற்காக அடிக்கடி உள்நாட்டு நாணய மதிப்பு குறைக்கப்படுகிறது.

பன்னாட்டு நிறுமங்கள் (Multinational Companies)

விளக்கம் : ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட நாடுகளில் தன் செயல்பாடுகளையும்,முதலீட்டாளர்களையும் கொண்டுள்ள ஒரு நிறுமத்தையே பன்னாட்டு நிறுமம் என்கிறோம். பல்வேறு நாடுகளில் பொருட்கள் உற்பத்தி செய்யப்பட்டு, பல்வேறு நாடுகளில் விற்பனையும் செய்யப்படுகிறது. உதாரணமாக, ஜப்பானின் டொயோட்டா நிறுமம், அமெரிக்காவின் ஜெனரல் மோட்டார்ஸ் நிறுமம், இந்தியாவின் இந்தியன் ஆயில் கம்பெனி ஆகியவை பன்னாட்டு நிறுமங்களாகும். ஐ.பி.எம். நிறுவனத்தின் தலைவர் ஜோக்ஸ் சன்ரோக் பின்வரும் ஐந்து அம்சங்களை பூர்த்தி செய்யும் நிறுமமே ஒரு பன்னாட்டு நிறுமம் என்று கூறுகிறார்.

1. பல்வேறு பொருளாதார வளர்ச்சி நிலைகளிலுள்ள பல்வேறு நாடுகளில் செயல்படுதல்.

2. தங்கள் நாட்டிலுள்ள துணை நிறுமங்களை பன்னாட்டு நிறுமங்களே மேலாண்மை செய்தல்.

3. உற்பத்தி வசதிகள், ஆராய்ச்சி மற்றும் வளர்ச்சி செயல்பாடுகள் உள்ளிட்ட முழுமையான தொழிற்சாலை அமைப்புகளை பல்வேறு நாடுகளில் பேணி பாதுகாத்தல்.

4. பன்னாட்டு மைய மேலாண்மையை பின்பற்றுதல்.

5. பன்னாட்டு முதலீட்டாளர்களை பெற்றிருத்தல்.

நன்மைகள் :

1. தாங்கள் செயல்படும் தேசங்களில் முதலீட்டுநிலை, வருமானம் மற்றும் வேலைவாய்ப்புகளை இவை அதிகரிக்கின்றன.

2. நவீன மேலாண்மை யுக்திகளை கையாளுவதன் மூலம் மேலாண்மைத் திறமைகளை இவை அதிகரிக்கின்றன.

3. உள்நாட்டு நிறுமச் செயல்பாடுகளையும், உள்நாட்டு சரக்கு

வழங்குவோர்களையும் இவை ஆதரிக்கின்றன.

4. வியாபாரப் போட்டிகளை அதிகரித்து, உள்நாட்டு முற்றுரிமைகளை (Monopolies) நீக்குவதற்கு இவை உதவுகின்றன.

5. உலகெங்கிலும் உற்பத்தி காரணிகளின் விலையை சமச்சீராக்க இவை முயலுகின்றன.

6. திறமையான ஆராய்ச்சி மற்றும் வளர்ச்சிப் பணிகளை நடத்தி அதன் மூலம் புதிய கண்டுபிடிப்புகளுக்கும் (Invention), புத்தாக்கங்களுக்கும் (Innovation) வழிவகுக்கிறது.

7. தாங்கள் செயல்படும் நாடுகளில், அந்நாடுகளின் ஏற்றுமதியை அதிகரிக்கவும், இறக்குமதி தேவைகளை குறைத்துக் கொள்ளவும் இவை உதவுகின்றன.

8. பல்வேறு தேசிய பொருளாதாரங்களை ஒருங்கிணைப்பதற்கான திறமையான வழிமுறைகளை தருகின்றன.

தீமைகள் :

1. உள்நாட்டில் வேலைவாய்ப்பு வளர்ச்சியை இவை தடுக்கலாம்.

2. போட்டிகளை அழித்து முற்றுரிமை (Monopoly powers) அதிகாரங்களை இவை பெற வாய்ப்புண்டு.

3. பன்னாட்டு நிறுமங்களின் தொழில்நுட்பம் உலகளாவிய அளவில் உச்சலாபத்தை அடைவதற்கே உருவாக்கப்பட்டுள்ளதேயன்றி, ஏழை நாடுகளின் தேவைகளை பூர்த்தி செய்வதற்காக உருவாக்கப்படவில்லை.

4. பன்னாட்டு நிறுமங்கள் தங்கள் பொருட்களின் மாற்றுவிலையை (Transfer priving) சூழ்ச்சிகரமாக மாற்றுவதன் மூலம் வரியை தவிர்க்கின்றன.

5. பன்னாட்டு நிறுமங்கள் தங்களின் பலம் மற்றும் இணக்கத்தன்மை மூலமாக, உள்நாட்டு பொருளாதார தனித்தன்மையை கட்டுப்படுத்தி சீர்குலையச் செய்வது அந்தந்த நாடுகளை பாதிக்கும்

உலக வணிக அமைப்பு (World Trade Organisation) :

விளக்கம்: பல நாடுகளுக்கிடையேயுள்ள வணிக விதிகளுடன் தொடர்புடைய,

ஒரே உலகளாவிய அமைப்புதான் உலக வணிக அமைப்பாகும். இதன் பன்னாட்டு வணிகத்தில் பொருட்கள் மற்றும் சேவை உற்பத்தியாளர்கள், ஏற்றுமதியாளர்கள் மற்றும் இறக்குமதியாளர்கள் ஆகியோருக்கு உதவி செய்வதே இதன் நோக்கமாகும். பலநாடுகளுக்கிடையே தங்கு தடையற்ற வணிகம் நடைபெறச் செய்வதே இதன் முக்கிய நோக்கமாகும். இந்த உலக வணிக அமைப்பு 1995–ல் நிறுவப்பட்டது. 1999–ம் ஆண்டில், இதில் மொத்தம் 135 தேசங்கள் உறுப்பினர்களாக இருந்தன.

பணிகள்: பின்வருவன உலக வணிக அமைப்பின் பணிகளாகும்.

1. வணிக உடன்பாடுகளின் செயல்பாடுகள் அமுல்படுத்தல் மற்றும் அவற்றின் நோக்கங்களை நிர்வாகம் செய்தலில் இது உதவி புரிகிறது.

2. இதன் உறுப்பினர்களாக உள்ள தேசங்களுக்கிடையே தங்கு தடையற்ற வணிகம் நடைபெறுவதற்காக சமரச வசதிகளை செய்துதருகிறது.

3. இதில் அங்கத்தினர்களாகவுள்ள நாடுகளுக்கிடையே ஏற்படும் சச்சரவுகளை தீர்த்து வைக்க உதவுகிறது.

4. உலகளாவிய பொருளாதாரக்கொள்கை வகுப்பதில் ஒத்தநிலையை ஏற்படுத்துவற்காக இது பன்னாட்டு நிதி நிறுவனம் (IMF) மற்றும் உலக வங்கியுடன் ஒத்துழைக்கிறது.

நன்மைகள்:

1. இவ்வமைப்பு அமைதியை மேம்படுத்த உதவுகிறது.

2. உறுப்பினருக்கிடையேயான வேறுபாடுகளை ஆக்கப்பூர்வமான முறையில் கையாளப்படுகின்றன.

3. விதிமுறைகள் எல்லோருக்கும் ஏற்புடையதாக உள்ளது.

4. தடையற்ற வணிகம் வாழ்க்கைச் செலவைக் குறைக்கிறது.

5. பல்வேறு வகையான தரமுடைய பொருட்களை இது வழங்குகிறது.

6. உலகளாவிய வணிகம் வருமானத்தை அதிகரிக்கிறது.

7. உலகளாவிய வணிகம் பொருளாதார வளர்ச்சியை எழுச்சிபெறச் செய்கிறது.

8. உலகளாவிய வணிகத்தின் அடிப்படைக் கருத்துக்கள் வாழ்வை மேலும் திறமையுள்ளதாக ஆக்குகிறது.

9. அரசாங்கங்கள் கட்சி சேர்ந்து கொள்வதை இது தடுக்கிறது.

10. அரசாங்கங்கள் தங்கள் நாடுகளை நன்கு நிர்வகிக்க தூண்டப்படுகின்றன.

வினாக்கள்

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுத்து எழுதுக:

1. பல்வேறு நாடுகளுக்கிடையேயான வணிகம்

அ. உள்நாட்டு வணிகம் ஆ. வணிகம் இ. இருமுனை வணிகம்

ஈ. பல்முனை வணிகம்

2. இறக்குமதி வணிக நடைமுறை இத்துடன் ஆரம்பமாகிறது

அ. வியாபார விசாரணை ஆ. விலைப்புள்ளி பெறுதல்

இ. சரக்குத் தேவைக் குறிப்பீடு இடுதல் ஈ. கடன் கடித ஏற்பாடு செய்தல்

3. அந்நியச் செலாவணி சம்பந்தமான மாற்றுவீதாச்சார சச்சரவுகளை தடுப்பதற்காக இவ்வீதாச்சாரம் கீழ்க்கண்டபோது நிர்ணயிக்கப்படுகிறது.

அ. சரக்காணை பிறப்பித்தல் ஆ. கப்பலாணை பெறுதல்

இ. சுங்கத்தீர்வை பெறுதல் ஈ. துறைமுகத்தள வரி செலுத்துதல்

4. இறக்குமதியாளரிடமிருந்து பணம் பெறும்முறை

அ. மாற்றுமுறை ஆவணங்கள் பெறுதல்

ஆ. மாற்றுமுறை ஆவணத்தை வட்டம் செய்தல்

இ. கடன் கடிதம் பெறுதல்

ஈ. அயல்நாட்டு பணவிடை பெறுதல்

உ. மேற்கூறிய அனைத்தும்

5. கீழ்க்கண்டவற்றுடன் தொடர்புள்ள உலக வணிக அமைப்பு

அ. உலகளாவிய வணிக விதிகள் ஆ. உள்நாட்டு வணிக விதிகள்

இ. மறு ஏற்றுமதி வணிக விதிகள் ஈ. மேற்கூறிய எதுவும் இல்லை

விடைகள்: 1. ஈ 2. அ 3. அ 4. உ 5. அ

II. கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக:

1. இன்னொரு நாட்டிற்கு ஏற்றுமதி செய்யும் நோக்குடன் ஒருநாட்டிலிருந்து சரக்குகள் இறக்குமதி செய்யப்பட்டால், அதற்கு ---------- என்று பெயர்.

2. ---------- என்பது ஒரு இறக்குமதியாளர் ஒரு ஏற்றுமதியாளரிடம் சரக்கு அனுப்புமாறு பணிப்பதாகும்.

3. --------- என்பது இறக்குமதியாளரின் வங்கியரால், இறக்குமதியாளரின் மீது எழுதப்பட்ட மாற்றுமுறை உண்டியல் தன்னிடம் வரும்போது பணம் தரப்படும் என்ற உறுதிமொழியாகும்.

4. --------- என்பது கப்பல் நிறுவனத்தால், கப்பல்மீது சரக்குகளைப் பெற்றுக் கொண்டதற்கான ஒரு ஒப்புகை ஆவணமாகும்.

5. -------- என்பது கப்பல் தலைவராலோ அல்லது அவரது உதவியாளராலோ பெற்றுக் கொள்ளப்பட்ட சரக்குகளின் விபரங்களுக்கான அத்தாட்சியாகும்.

6. -------- என்பது பல்வேறு வகையான இடர்களுக்கு எதிரான காப்பீடு வழங்கும் ஒரு நிறுவனமாகும்.

7. சிறப்பு இறக்குமதி உரிமங்கள் ---------க்கு வழங்கப்படுகின்றன.

8. --------- என்பது பல்வேறு பொருளாதார வளர்ச்சி நிலைகளிலுள்ள பல்வேறு நாடுகளில் இயங்கக் கூடியதும், பன்னாட்டு மைய மேலாண்மையை கொண்டுள்ளதும் ஆகும்.

விடைகள்: 1. மறு ஏற்றுமதி வணிகம் 2. சரக்குத் தேவைக் குறிப்பீடு 3. கடன் கடிதம் 4. கப்பல் ரசீது 5. கப்பல் தலைவரின் உதவியாளரால் வழங்கப்படும் ரசீது 6. ஏற்றுமதி கடன் உத்தரவாதக் கழகம் 7. ஏற்றுமதி மற்றும் வணிக நிறுமங்கள் 8. பன்னாட்டு நிறுமங்கள்

III. பொருத்துக:

1. பிணைய பண்டகசாலை	–அ. மறுஏற்றுமதி
2. வெளிநாட்டுத்தூதரக பட்டியல்	–ஆ. தடைகளற்ற அங்காடி
3. உற்பத்தியிடச் சான்றிதழ்	–இ. இந்தியன் ஆயில்
4. மறுஏற்றுமதி வணிகம்	–ஈ. ஏற்றுமதி இடைநிலையாளர்
5. உலகளாவிய அங்காடி	–உ. வெளிநாட்டுத்தூதரக படிவம்
6. உலக வணிக அமைப்பு	–ஊ. உலகளாவிய அமைப்புகள்
7. பன்னாட்டு நிறுமம்	–எ. இறக்குமதி தரகு நிலையங்கள்
8. உச்ச வணிக நிலையங்கள்	–ஏ. ஒரு நாட்டில் தயாரித்த சரக்குகள்
9. தேவைக்குறிப்பீட்டு நிலையங்கள்	–ஐ. போக்குவரத்து செலவை சிக்கனப்படுத்துதல்
10. சரக்கெடுப்பு முகவர்கள்	–ஒ. இறக்குமதி இடைநிலையாளர்கள்

விடைகள்: 1. ஐ 2. உ 3. ஏ 4. அ 5. ஆ 6. ஊ 7. இ 8. ஈ 9. ஒ 10. எ

IV. சிறுவினாக்கள்

1. அயல்நாட்டு வணிகம் என்றால் என்ன? அதன் தேவையை விவரி.

2. அயல்நாட்டு வணிகத்தின் நன்மை தீமைகளை விளக்குக.

3. உள்நாட்டு வணிகத்திற்கும் அயல்நாட்டுவணிகத்திற்கும் உள்ள வேற்றுமைகள் யாவை?

4. ஏற்றுமதி வணிகம் மற்றும் இறக்குமதி வணிகத்தின் இடைநிலையர்கள் யார்?

5. மறுஏற்றுமதி வணிகம் என்றால் என்ன? அதன் தேவையை பற்றிக்குறிப்பிடுக.

6. உலகமயமாக்கலின் பொருளை விளக்கிடுக.

7. உலகமயமாக்கலின் விளைவுகளை சுருக்கமாக கூறுக.

8. பன்னாட்டு நிறுமங்கள் என்றால் என்ன?

9. பன்னாட்டு நிறுமங்களின் நன்மை மற்றும் தீமைகளை கூறுக.

V. நெடு வினாக்கள்

1. பன்னாட்டு வணிகத்தின் நன்மை தீமைகளை விளக்கிடுக.

2. ஏற்றமதி வணிகத்தில் தொடர்புள்ள இடைநிலையர்களை பற்றி விவரி.

3. பன்னாட்டு வணிகத்தில் பல்வேறு வகையான பணம் செலுத்துகை முறை யாவை?

4. மறுஏற்றுமதி வணிகத்தை விவரி? அதனுடைய தேவையை குறிப்பிடுக.

5. உலகமயமாக்குதலின் நன்மை தீமைகளை விளக்குக.

VI. கட்டுரை வினாக்கள்

1. இறக்குமதி வணிக முறைகளை விவரி.

2. ஏற்றுமதி வணிக முறைகளை விவரி.

3. உலக வர்த்தக அமைப்பு என்றால் என்ன? அதன் பணிகளையும் நன்மைகளையும் விளக்கிடுக.

பாடம் – 5

போக்குவரத்து

முன்னுரை

நவீன உலகத்தின் முக்கிய நோக்கமாவது மனிதனின் பொருளாதார தேவைகளை நிறைவேற்றுவதாகும். இதற்கு நம்மிடம் குறைவாக உள்ள வளத்தை சிக்கனமாகவும், திறமையாகவும் பயன்படுத்தவேண்டும். போக்குவரத்து, பல நாடுகள் மற்றும் பகுதிகளுக்கு இடையே உள்ள தடையை நீக்குகிறது. போக்குவரத்து நமது அன்றாட வாழ்க்கையில் தவிர்க்க முடியாத ஒன்றாகிவிட்டது. இன்று பல நாடுகளிடையே தொழில் தொடர்புகளும், தகவல் தொடர்புகளும் போக்குவரத்தினால் ஏற்படுகிறது. இன்று வாணிப போட்டி அதிகமாகிவிட்டது. இங்நேரத்தில் வாணிபத்தில் வெற்றிபெற வேண்டுமெனில் போக்குவரத்தின் பங்கு மிகவும் அவசியமாகிறது.

போக்குவரத்தின் பொருள் (Meaning of Transport)

போக்குவரத்து என்ற இச்சொல்லுக்குறிய ஆங்கிலச்சொல் **"TRANSPORT"** இலத்தீன் மொழியில் இருந்து தருவிக்கப்பட்டது. இது "Transportare" என்றழைக்கப்படும். இவை இரண்டு விதமான பொருளைக் கொண்டுள்ளது. அவை **"Trans"** என்பது அதைச்சுற்றி அல்லது "அடுத்தப்பக்கம்" எனப்படும். "Portare" என்பது "எடுத்துக்கொள்ளுதல்" எனப்படும். சுருக்கமாகச் சொல்லப்போனால் **Transport** என்பது ஒருபொருளை ஓரிடத்திலிருந்து பிற இடங்களுக்கு எடுத்து செல்வதாகும்.

தமக்குத் தேவைப்படும் பொருள்களில், எதையாவது உற்பத்தி செய்து கொள்பவர்கள் ஒருசிலரே. பெரும்பாலோர் அவற்றைப் பணம்கொடுத்து விலைக்குவாங்கிக் கொள்பவர்களாகத்தான் இருப்பர். ஆனால், இதில் பொதிந்துள்ள பெரும் சிக்கல் யாதெனின், தேவைப்படும் பொருள்கள் சரியான இடங்களிலும் சரியான காலங்களிலும் கொண்டுச்செல்ல வேண்டுமே என்பதுதான். இம்மாபெரும் பொறுப்பை ஏற்பதும் நிறைவேற்றுவதும் போக்குவரத்துதான். அதன் விரிவான விளக்கத்தை ஆய்ந்தால் போக்குவரத்து என்பது சாலை, இரயில், கால்வாய், கடல், விமானம் ஆகிய பலவகைப் போக்குவரத்தும், செம்மையாக இயங்குவதற்கு உறுதுணையாக அமைந்துள்ள எழுத்தர், உடல்–உழைப்பு, மன உழைப்பு சார்ந்த அனைத்துப் பணிகளையும் ஒருசேரத் தழுவியுள்ள சொல்லாகும். குறுகிய நோக்கில் பொருள் கொண்டால் அது பலவகைப்பட்ட போக்குவரத்து சாதனங்களின் சேவைகளைக் குறிக்கும் சொல்லாக

விளங்குகிறது. பொருள்களை அவை உற்பத்தி செய்யப்படும் இடங்கள் அல்லது அவை தோன்றியுள்ள இடங்களிலிருந்து நுகர்வுக்காக அவை தேவைப்படும் எண்ணிறந்த இடங்களுக்குத் தக்க காலத்தில் கொண்டு சேர்ப்பதற்குப் போக்குவரத்து வாணிகத்திற்கு உறுதுணையாக அமைந்துள்ளது, தக்க காலத்திலும், தக்க இடங்களிலும் கிடைக்கப்பெறாத பொருள்களால் பயன் ஏதுமில்லை. தக்க இடங்களில் கிடைக்கும் பொருள்கள் இடப் பயன்பாட்டையும், காலப் பயன்பாட்டையும் பெறுகின்றன. இவ்வாறு போக்குவரத்து, வாணிபத்தின் முக்கியப் பகுதியாக விளங்குகிறது.

வரைவிலக்கணம்

கே.கே.செக்சேனாவின் கூற்றுப்படி,

"ஓர் இருட்டறையில் மெழுகுவர்த்தியின் ஒளிபரவுவது போல, போக்குவரத்து அந்தந்த பகுதிகளில் தனது சேவையை ஆற்றுகிறது" எனக் கூறுகிறார். போக்குவரத்து என்பது உற்பத்தியாளரையும் நுகர்வோரையும் இணைக்கும் ஒரு பாலமாக விளங்குகிறது.

போக்குவரத்தின் முக்கியத்துவம் (Importance of Transport)

போக்குவரத்தின் முக்கியமே பொருளை ஒரிடத்தில் உற்பத்தி செய்து அதற்கான தேவை இன்னொரு இடத்தில் இருக்கும் பொழுது தான் ஏற்படுகிறது. மனிதன் ஒரிடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்திற்கு செல்வதற்கு உதவி புரிகிறது. மேலும் போக்குவரத்து வாணிபம், சமுதாயம், பண்பாடு போன்றவற்றைப் பலதரப்பட்ட மக்களிடம் ஒன்றாக்குகிறது.

உள்நாட்டு வளர்ச்சி பெரும்பாலும் போக்குவரத்தையே நம்பியுள்ளது. சில நாடுகளில் வளங்கள் அதிகமாக இருக்கும், அந்நாடுகளில் உற்பத்தியும் அதிகமாக இருக்கும், தேவையைவிட அதிகமாக இருப்பதனால் அவை ஏற்றுமதி செய்யப்படும். ஏற்றுமதி போக்குவரத்து தொடர்பு இருந்தால் மட்டுமே செய்ய முடியும். உதாரணமாக அமெரிக்கா, கனடா, அர்ஜென்டினா போன்ற நாடுகளில் கோதுமை உற்பத்தி அதிகம், அந்நாடுகளில் ஏற்றுமதி தொடர்பு இருப்பதனால், ஏற்றுமதி செய்கிறது. போக்குவரத்து மேலும் பல வளரும் நாடுகளுக்குப் பெரும் உதவி செய்கிறது. போக்குவரத்து ஆஸ்திரேலியா, சவுத் ஆப்பிரிக்கா, கனடா மற்றும் அமெரிக்கா போன்ற நாடுகளுக்கு, ஐரோப்பா கண்டத்தில் உள்ள பலதரப்பட்ட மக்கள் சென்று குடியேறுவதற்கும் அவர்கள் அங்குச் சுகமாக வாழ்வதற்கும் உதவி புரிகிறது.

போக்குவரத்தின் பணிகள் (Functions of Transport)

கடந்த இருநூறு ஆண்டுகளுக்கு மேலாகப் போக்குவரத்தில் ஏற்பட்டுள்ள மாபெரும் முன்னேற்றங்கள் பல முக்கியமான பொருளாதார விளைவுகளை உண்டாக்கியிருப்பதோடு, போக்குவரத்தின் பணிகள் எவ்வளவு முக்கியமானவை என்பதைப் புலப்படுத்துவதாகவும் அமைந்துள்ளன. போக்குவரத்தின் பணிகளாவன.

அ. உற்பத்தித் திறனை வளர்க்கிறது

உற்பத்தி செய்வதன் நோக்கமே நுகர்வதற்குத்தான். உற்பத்தி முழுமையடையாவிட்டால் அது நுகர்வோரை சென்றடையாது. மேலும், தற்போதுள்ள போக்குவரத்து முறை மக்களிடையே பொருட்களுக்கான கால மற்றும் இடபயன்பாட்டை வளர்த்துள்ளது. இதனால் பொருட்களுக்கான தேவை அதிகரிக்கிறது. எங்நேரத்திலும் நுகர்வோருக்கு தேவைப்படும் பொருட்களை அளிப்பதன் மூலம் காலப்பயன்பாடு பூர்த்தி செய்யப்படுகிறது. உதாரணமாக மக்கள் அன்றாடம் உபயோகப்படுத்தும் அத்தியாவசியப்பொருட்களான அரிசி, கோதுமை, காய்கறிகள், பழங்கள், மற்றும் சிலவகையான தானியங்கள் இவைகள் சில குறிப்பிட்ட மாதங்கள் மட்டுமே உற்பத்தி செய்யப்படுகிறது. ஆனால் இவற்றிற்கான தேவை ஆண்டுமுழுவதும் உள்ளது. இம்மாதிரியான சூழ்நிலையை திறமையான போக்குவரத்தும் அறிவியல் தொழில்நுட்பம் சார்ந்த பண்டக காப்புமுறையும் சில குறிப்பிட்ட மாதங்கள் பயிர்செய்த தானியங்களை ஆண்டு முழுவதும் பாதுகாத்து தேவைப்படும் இடத்திற்கு தேவைப்படும்நேரத்தில் போக்குவரத்து துணையுடன் எடுத்து செல்லப்படுகிறது. ஒரிடத்தில் தேவைக்கு அதிகமான பொருட்களை தேவை அதிகமுள்ள இடத்திற்கு எடுத்துசென்று அங்குள்ளோர்களின் தேவையை பூர்த்தி செய்வதால் இடப்பயன்பாடு நிறைவடைகிறது. ஆகவே, போக்குவரத்து உற்பத்தி செய்யும் திறனை மட்டும் அதிகரிக்காமல் அதனுடைய நோக்கத்தையும் நிறைவேற்றுகிறது.

ஆ) இது பலவிதமான நுகர்வோர் பொருட்கள் உற்பத்தி செய்வதற்கும் மற்றும் அதன் அளவை அதிகரிப்பதற்கும் ஊக்கம் அளிக்கிறது

இயற்கை சீற்றங்களால் சில பகுதிகளில் குறிப்பிட்ட பொருள்கள் உற்பத்தி செய்ய இயலாது. ஆனால் அப்பொருட்களுக்கான தேவை அப்பகுதியில் இருக்கும். அதே மாதிரி சிலநாடுகளில் குளுமை அதிகமாக இருக்கும், வேறுசில நாடுகளில் வெப்பம் அதிகமாக இருக்கும். இதனால் சூழ்நிலைக்கு தகுந்தாற்போல் பொருட்கள் உற்பத்தி செய்யப்படுகிறது. சில பகுதிகளில்

கிடைக்காத பொருட்கள் வேறுசில பகுதிகளிலிருந்து போக்குவரத்தின் மூலம் கொண்டுவரப்பட்டு தேவை பூர்த்திசெய்யப்படுகிறது.

அதே மாதிரி டீ மற்றும் காபி உலகம் முழுவதும் பெரும்பாலான மக்களால் நுகரப்படுகிறது. ஆனால், இவை ஒரு சில குறிப்பிட்ட நாடுகளில் மட்டுமே அதிகமாக உற்பத்தி செய்யப்படுகிறது. திறமையான போக்குவரத்து முறை இல்லையெனில் பொருட்கள் ஒரிடத்திலிருந்து வேறொரு இடத்திற்கு கொண்டுசெல்லமுடியாது.

இ. சந்தையை வளர்க்கிறது மற்றும் விரிவாக்குகிறது (It develops and expands the market)

போக்குவரத்தின் முதன்மையான பணி, உலகளவில் பொருள்களை விநியோகிப்பதற்கு உறுதுணையாக இருப்பதேயாம். பொருள்களின் விநியோகம் எளிதாக, விரைவாக, சிக்கனமானதாகத் திகழவேண்டும். போக்குவரத்துச் சாதனங்களில் ஏற்பட்டுள்ள முன்னேற்றங்கள் இம்மாபெரும் பொறுப்பிற்கு ஈடுகொடுப்பதற்குத் தமக்குள்ள வலிமையை மெய்ப்பித்து விட்டன. போக்குவரத்தும், தொடர்பு வசதிகளும் இந்த அளவிற்கு வளர்ச்சி பெற்றிருக்காவிட்டால், பொருள்களின் சந்தை சிறியதாகவும் உள்ளூர் அளவில் மட்டும் இருந்திருக்கும். இன்று இருப்பதுபோலச் சந்தைகள் பரந்து பல வட்டாரங்களையும் பல நாடுகளையும் தழுவினவையாக எழுச்சி பெற்றிருக்க முடியாது.

ஈ. பேரளவு உற்பத்திக்கும், சிறப்பீடுபாட்டிற்கும் உதவுகிறது (It helps specialisation and mass production)

ஒவ்வொருவரும் தனக்கு வேண்டுவன எல்லாவற்றையும் தாமே செய்துகொள்வதற்குப் பதிலாக வேளாண்மை, தச்சுவேலை போன்ற ஏதாவதொரு குறிப்பிட்ட வேலையில் சிறப்பாக ஈடுபடும் நிலையில் மக்களிடையே உழைப்பு பகிர்வு (Division of Labour) ஏற்படுகிறது. இதையே "சிறப்பீடுபாடு" என்று முன்பெல்லாம் சொல்லப்பட்டது. ஆனால், இப்பொழுது சிறப்பீடுபாடு எனும் சொல் சற்றுப் பண்பட்ட பொருளில் பயன்படுகிறது. சிக்கல் வாய்ந்த செய்முறைகளைக் கொண்ட உற்பத்தியைப் பகுத்து அதில் அடங்கியுள்ள ஒவ்வொரு செய்முறையிலும் ஒருவரோ, ஒரு பிரிவினரே சிறப்பாக ஈடுபட்டு உழைத்து அதில் வல்லமை பெறுவதைச் "சிறப்பீடுபாடு" என இப்பொழுது அழைக்கிறோம். "சிறப்பீடுபாடு" எனும் அம்சம் இப்பொழுது பன்னாட்டளவில் நீடிக்கப்பட்ட நிலையில், ஒவ்வொரு நாடும் எந்தப் பொருளை உற்பத்தி செய்வதில் அதற்குப் பிற நாடுகளைக் காட்டிலும் மிகுதியான, சாதகமான வாய்ப்பு

இருக்கிறதோ அதில் சிறப்பாக ஈடுபட்டிருக்கிறது. சிறப்பீடுபாடு ஆலை முறையிலான உற்பத்திக்கும் பெரிய அளவிலான (பேரளவு) உற்பத்திக்கும் வழிவகுத்துவிட்டது. சிறப்பீடுபாடு, ஆலைமுறை, பேரளவு உற்பத்தி ஆகிய மூன்றும் இணைபிரியாது ஒன்றோடொன்று கைகோர்த்துச் செல்பவை. இவை மூன்றும் வளர்ச்சி பெறுவதற்குப் போக்குவரத்துப் பெரிதும் உதவுகிறது. சிறப்பீடுபாடு செம்மை பெறுதற்கும் பல பொருள்களின் உற்பத்தி பரவலாக நிகழ்வதற்கும் போக்குவரத்தில் ஏற்பட்ட முன்னேற்றம் ஆதாரமாக விளங்கியிருக்கிறது. விரைந்து செல்வதும், உலக நாடுகளை இணைக்கும் அளவிற்கு வளர்ச்சி பெற்றிராவிட்டால் மக்கள் உள்ளூரில் கிடைக்கும் பொருள்களை மட்டும் நுகர்ந்து கொண்டிருக்க வேண்டிய நிலை ஏற்பட்டிருக்கும். பேரளவு உற்பத்திக்கு வழிவகுப்பதன் மூலம் போக்குவரத்து பொருட்களின் "உற்பத்தி அடக்கம்" (Cost of Production) குறைவதற்கும் உதவியாக இருந்து வருகிறது.

உ. உழைப்பும் முதலும் இடம்விட்டு இடம் செல்ல உதவுகிறது (Transport increases the mobility of labour and capital)

மக்கள், இடம் விட்டு இடமும், நாடு விட்டு நாடும், செல்வதற்குப் போக்குவரத்து வசதியளிக்கிறது. தமிழர்கள் இந்தியாவின் பிற பகுதிகளிலும், இலங்கை, பர்மா, மலேசியா மற்றும் மேற்கத்திய நாடுகள் போன்ற அயல்நாடுகளிலும் குடியேறியுள்ளதை இதற்கு எடுத்துக்காட்டாகக் கூறலாம். அதுபோலவே, முதலும் (capital) தொழில்நுட்பமும் இடம் விட்டு இடம் செல்வதற்குப் போக்குவரத்து உதவிபுரிகிறது. ரஷ்யா, ஜெர்மனி, இங்கிலாந்து போன்ற நாடுகளிலிருந்து முதலீடும், தொழில் நுட்பமும், இந்தியாவிற்கு வந்ததற்கு நம் நாட்டிலுள்ள எஃகு ஆலைகள் சான்றாக விளங்குகின்றன. வளர்ச்சியுற்றுள்ள நாடுகளிலிருந்து வளர்ந்துவரும் நாடுகளுக்கு அறிவுத் தொடர்புகள் சென்று அடைகிறது என்றால் அதைப் போக்குவரத்துப் படைத்த புரட்சி என்று கூறாமல் வேறு எவ்வாறு சிறப்பித்துக் கூற இயலும்? உழைப்பும், முதலும் இலாபகரமாகப் பயன்படுத்துவதற்குப் போக்குவரத்து உருவாக்கித் தரும் வாய்ப்புகள் எண்ணிலடங்காதவையாகும்.

ஊ. பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு உதவுகிறது(Transport Aids Economic Growth)

போக்குவரத்தில் ஏற்பட்ட முன்னேற்றம் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு நிரம்ப உதவி செய்கிறது. கச்சாப் பொருட்கள், எரிபொருள், உழைப்பு, முடிவுற்ற பொருட்கள் முதல் தொழில்நுட்பம் வரை தேவையான இடங்களுக்குக் கொண்டு செல்லும் சாதனம் என்ற முறையில், போக்குவரத்து அனைத்துத்

தொழில்களிலிருந்து வேளாண்மை வரை நவீன தொழில் நுட்பங்களை பயன்படுத்தி செய்யப்படும் பொருட்கள் அனைத்தும் – வளர்வதற்கு அரும்சேவை புரிகிறது. அறிவியல் அடிப்படையிலும், வாணிக அடிப்படையிலும் வேளாண்மை வளர்ந்திருக்கிறது என்றால் அது போக்குவரத்தின் முக்கியத்துவத்தைக் காட்டுகிறது. தாதுப்பொருள் வளங்களும், எரி எண்ணெய் வளங்களும் பெரியஅளவில் தோண்டியெடுக்கப்படுகின்றன என்றால், அதற்குரிய பாராட்டு போக்குவரத்தையே பெருமளவு சாரும்.

எ. விலைவாசி நிலையாக இருப்பதற்கு உதவுகிறது (Transport helps Price Stability)

பொருட்களை அவை ஏராளமாகக் கிடைக்கும் இடங்களிலிருந்து அவை கிடைப்பதற்கு அரிதாகவுள்ள இடங்களுக்கு விரைவாகவும் அதிக அளவிலும் கொண்டு செல்வது போக்குவரத்து. இதன் பயனாக உள்நாட்டில் மட்டுமல்லாது நாட்டுக்கு நாடும் விலைவாசிகள் வேறுபடுவது குறைக்கப்படுகிறது. இவ்வாறு அனைத்துப் பொருட்களுக்கு இடப் பயன்பாட்டையும், காலப் பயன்பாட்டையும் அளிக்கிறது.

பல்வேறு போக்குவரத்தின் வகைகள் (Different Kinds of Transport)

போக்குவரத்தை மூன்று முக்கிய வகைகளாகப் பகுக்கலாம்

(i) நிலப் போக்குவரத்து

(ii) நீர் போக்குவரத்து

(iii) வான்வழிப் போக்குவரத்து

ஒவ்வொரு வகையிலும் பல மாதிரியான போக்குவரத்து சாதனங்கள் உள்ளன. அவற்றில் சில பழமையானவை. சில புதுமையானவை. இவை அனைத்தைப் பற்றியுமே அறிவது தேவையற்றதாகையால் அவற்றில் முக்கியமானவற்றை மட்டும் காண்போம். அவைகளாவன.,

(i) நிலப் போக்குவரத்து (Land Transport)

அ) பொதி விலங்குகள்

ஆ) மாட்டு வண்டிகள்

இ) மோட்டார் லாரிகளும், பேருந்துகளும்

ஈ) டிராம்

உ) இரயில்

(ii) நீர் போக்குவரத்து (Water Transport)

அ) நதி மற்றும் கால்வாய் போக்குவரத்து

ஆ) கடல் போக்குவரத்து

(iii) வான்வழிப் போக்குவரத்து (Air Transport)

1 நிலப் போக்குவரத்து

அ. பொதி விலங்குகள் (Pack Animals)

மலை, காடு, பாலைவனம் போன்ற பகுதிகளிலும் பின்தங்கியுள்ள பகுதிகளிலும் குதிரை, கோவேறு கழுதை, கழுதை, யானை, ஒட்டகம் போன்ற பொதி விலங்குகள் சிறுசிறு சுமைகளை ஏற்றிச் செல்லப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. பாலை நிலங்களில் ஒட்டகங்களும், காடுகளில் பெரும் பெரும் மரத்துண்டுகளை ஏற்றிச் செல்ல யானைகளும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. பொதுவாக நவீனப் போக்குவரத்தைப் பயன்படுத்த இயலாத பகுதிகளிலும், சிறு சிறு சுமைகளைக் கொண்டு செல்வதற்கு நவீனப் போக்குவரத்து தேவையற்றது என்ற நிலையிலும் பொதி விலங்குகள் ஏற்றவையாக உள்ளன.

பொதி விலங்குகளை பயன்படுத்துவதினால் எற்படும் நன்மைகள்

பொதி விலங்குகளைப் பயன்படுத்துவதில் சில நன்மைகள் உள்ளன. குறுகலான வழித்தடங்களிலும், மலைப் பகுதிகளிலும் சிற்றளவுச் சுமைகளைக் கொண்டு செல்ல அவை ஏற்றவை. மழைக் காலங்களில் சாலைகள் நவீனப் போக்குவரத்திற்குப் பயன்படாத போது சகதியாக இருப்பினும், அவ்விடத்தில் இந்த விலங்குகளைப் பயன்படுத்த இயலும். பொதி விலங்குகளை வாங்குவதற்கும், பராமரிப்பதற்கும் தேவையான தொகை குறைவானதாகையால் அவை மலிவான போக்குரத்துச் சாதனமாகத் திகழ்கின்றன.

பொதி விலங்குகளை பயன்படுத்துவதனால் ஏற்படும் குறைபாடுகள்

(அ) பொதி விலங்குகள் மெதுவாகச் செல்பவை. அவை விரைவுப் போக்குவரத்திற்கு ஏற்றவை அல்ல.

(ஆ) சிற்றளவுச் சுமைகளுக்கே அவை ஏற்றவை. பெரும் சுமைகளை அவை ஏற்றிச் செல்ல இயலாது.

ஆ. மாட்டு வண்டிகள் (Bullock Carts)

இந்தியாவில் பொருள்களையும், ஓரளவு மக்களையும் ஏற்றிச் செல்வதற்குக் கிராமப் பகுதிகளில் பெருவாரியாகப் பயன்படுத்தப்படும் சாலைப்

போக்குவரத்து மாட்டு வண்டிகளேயாகும். கிராமங்கள் நம் நாட்டின் முதுகெலும்பாகும். நமது நாட்டின் பொருள் போக்குவரத்தில் 70 விழுக்காடு கிராமங்களில் பொதிந்துக் கிடக்கிறது. எனவே, நமது கிராமங்களில் மாட்டு வண்டி தலையாய போக்குவரத்துச் சாதனமாகக் திகழ்கிறது. இது கிராமங்களை, அண்மையிலுள்ள சந்தைகளோடும், இரயில் நிலையங்களோடும் இணைக்கிறது. கிராமங்களில் உற்பத்தியாகும் விளைபொருட்களை விற்பதற்குச் சந்தைகளுக்கும், நுகர்வோர் அப்பொருள்களைச் சந்தையிலுருந்து கிராமங்களுக்கும் கொண்டு செல்வதற்கு இது பயன்படுகிறது.

நன்மைகள் (Advantages)

1. ஒப்பு நோக்கின், இது ஒரு மலிவான போக்குவரத்துச் சாதனமாகும். உள்ளூரில் கிடைக்கும் பொருள்களைக் கொண்டு வண்டி செய்யப்படுகிறது. மாடுகள், வண்டி இவற்றில் இடும் முதலீடும், அவற்றைப் பராமரிப்பதற்கு ஆகும் செலவும் குறைவானது.

2. மேடுபள்ளங்கள் நிறைந்ததும், மழைக்காலங்களில் சகதியாகக் காட்சி தருவதுமான கிராமச் சாலைகளுக்கு இது மெத்தப் பொருத்தமானது என்பதை வலியுறுத்தத் தேவையில்லை.

குறைபாடுகள் (Disadvantages)

1. இது விரைவான போக்குவரத்திற்கு ஏற்ற சாதனமல்ல இது மெதுவாகவே செல்லக் கூடியது.

2. இது பொருள்களைப் பெருமளவு ஏற்றிச் செல்வதற்கு உகந்ததல்ல.

இ. மோட்டார் லாரிகளும் பேருந்துகளும் (Motor Trucks and Buses)

நினைவிற்கு அப்பாற்பட்ட காலத்திலிருந்து சாலைப் போக்குவரத்து இயங்கி வருகிறது. நாகரீகத்தின் தொடக்கக் காலம் தொட்டு சாலைகள் அமைக்கவும், சக்கரம் பூட்டிய வண்டிகளைப் பயன்படுத்திப் பொருள்களையும், மக்களையும் ஏற்றிச் செல்லவும் முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்பட்டு வருகின்றன. தொடக்கத்தில் மக்கள் பொதி விலங்குகள், மாட்டு வண்டிகள் போன்ற பழமையானவையும் பின்தங்கியவையுமான சாதனங்களைப் பயன்படுத்தி வந்தனர். இப்பொழுது மோட்டார் லாரிகளும் பேருந்துகளும் எழுச்சி பெற்றுப் போக்குவரத்தில் புரட்சியை உண்டுபண்ணிவிட்டன. இவை விரைந்து செல்பவை. பொருள்களைப் பெருமளவில் ஏற்றிச் செல்லும் திறம் பெற்றவை. பெட்ரோல் பொறியும் அதையடுத்து டீசல் பொறியும் தோன்றிய பின்னர் அவை ரயில்களோடு

கடுமையாகப் போட்டிபோட்டுக்கொண்டு இயங்கி வருகின்றன. டிராம் வண்டிகளின் செல்வாக்குக் குன்றியதற்கும் அவை பல இடங்களில் அறவே மறைந்து போனதிற்கும் மோட்டார் பேருந்துகளே காரணமாகும்.

மோட்டார் போக்குவரத்தின் நன்மைகள் (Merits of Motor Transport)

சாலைகளே வாணிகத்தின் உயிர்நாடியாகும். எல்லாப் போக்குவரத்தும் தொடங்குவதும், முடிவுறுவதும் சாலையிலே. மேலும், இவை நாட்டின் வெவ்வேறு பகுதிகளை இரயில் நிலையங்களோடும், சந்தைகளோடும் இணைக்கிறது. தொழில்களுக்குத் தேவைப்படும் கச்சாப் பொருட்களை விளைவித்துத்தருவது கிராமங்கள். அத்தொழில்கள் உற்பத்திசெய்யும் பொருட்களுக்குச் சந்தையாக அமைவதும் கிராமங்களே. இத்தகைய பயன்மிக்க கிராமங்களைத் தக்கவாறு பயன்படுத்திக் கொள்ள உதவுவது சாலைகள். சாலைப் போக்குவரத்தில் முன்னணியில் நிற்பது மோட்டார் போக்குவரத்து. அது நல்கும் பல்வேறு நன்மைகளை இப்பொழுது காண்போம்.

1. நெகிழ்வுத் திறன் (Flexibility)

நெகிழ்வுத்திறனே மோட்டார் போக்குவரத்தின் மாபெரும் சிறப்பாகும். பட்டிதொட்டிகளுக்கெல்லாம் செல்லும் திறன் அதற்கு இருக்கிறது. இரயிலைப் போன்று குறிப்பிட்ட பாதையினின்று விலகிச் செல்லவே இயலாத நெகிழ்ச்சியற்ற தன்மை மோட்டார் போக்குவரத்திற்கு இல்லை. மோட்டார் போக்குவரத்து அது செல்லும் தடத்தையோ, நேரத்தையோ, இயங்கும் பகுதியையோ எப்பொழுது வேண்டுமாயினும் மாற்றிக்கொண்டு இயங்கலாம். பொருள்கள் எங்கிருப்பினும் அங்குச்சென்று ஏற்றிக் கொள்ளும் திறனும், எங்கு வேண்டுமாயினும் சென்று ஏற்றிக்கொள்ளும் திறனும் எங்கு வேண்டுமாயினும் ஆங்காங்கு இறக்கிச் செல்லும் வலிமையும் அது பெற்றிருக்கிறது.

2. முழுமையான வசதி(Complete Service)

தொழிலில் ஈடுபட்டுள்ளோருக்கு இது முழுமையான வசதி நல்குகிறது. நேராக ஆலைகளுக்கோ, கழனிகளுக்கோ சென்று பொருள்களை ஏற்றிக்கொண்டு அவற்றை வாங்குவோரின் இருப்பிடங்களிலேயே இறக்கிச் செல்லும் வசதியை இது அளிக்கிறது. ஆகவே, இடையிடையே பொருள்களை வண்டிக்கு வண்டி மாற்றவேண்டிய தேவையையும் அதனால் பொருள்களுக்கு ஏற்படத்தக்க சேதத்தையும் இது தவிர்க்கிறது. இரயிலில் நிலைமை இவ்வாறில்லை. இரயில் நிலையங்களுக்கு எடுத்துச் செல்லப்படும் சரக்குகள் அங்கு வண்டிகளிலிருந்து இறக்கப்பட்டு இரயில்பெட்டிகளில் ஏற்றப்படுகின்றன,

சேரும் இடம் வந்து சேர்ந்ததும் அங்கு சரக்குகள் இரயில் பெட்டிகளிலிருந்து இறக்கப்பட்டு வண்டிகளில் ஏற்றப்படும். அவை உரியவரின் இல்லங்களில் அல்லது கிடங்குகளில் இறக்கப்படுகின்றன. இவ்வாறு சரக்குகள் ஒரே பயணத்தில் பலமுறை ஏற்றப்படுவதும், இறக்கப்படுவதும் செலவை அதிகப்படுத்துவதோடு, காலதாமதத்தையும், சரக்குகளுக்குச் சேதத்தையும் அதிகப்படுத்துகிறது.

3. உகந்தது (Suitability)

பொருட்களையோ, மக்களையோ குறைந்த தொலைவுகளுக்கு ஏற்றிச் செல்வதற்கு மோட்டார் போக்குவரத்தே மிகவும் ஏற்றது. வழி நெடுகவுள்ள அனுப்பீடு பெறுநர்கள் பலருக்கு அவரவர்களுக்குரிய சிற்றளவுச் சரக்குகளைக் கொடுத்துக் கொண்டே செல்வதற்கும் இது தக்க போக்குவரத்தாகும். இரயில் பெட்டிகளைக் காட்டிலும் லாரியின் கொள்திறன் குறைவாக இருப்பதால் ஓரளவு பொருள்களையே ஏற்றிச் செல்லவிழையும் சிறு வணிகர்களுக்கு அவரவர்களுக்கென்று தனித்தனியே லாரிகளை அமர்த்திக் கொள்ள இயலுகிறது. விரைந்து ஏற்றிச் செல்லப்பட்டுச் சீக்கிரம் சேர்ப்பிக்கப்பட வேண்டிய பொருள்களுக்கும், அழுகும் தன்மை வாய்ந்த பொருள்களுக்கும் மிகவும் ஏற்றது மோட்டர் போக்குவரத்தே. அதுபோலவே, திடீரென எழும் தேவையை நிறைவேற்றுவதற்குப் பொருட்களை விரைந்து கொண்டு செல்வதற்கும் இப்போக்குவரத்தே உகந்தது.

4. சிக்கனமானது(Economy)

லாரிகளில் ஏற்றிச் செல்லப்படும் சரக்குகளுக்கு விரிவான கட்டுமம் தேவையில்லை. லாரிகளில் சரக்கு ஏற்றிச்செல்வோர் பொருள்களுடன் கூடவே செல்வதும், அவர்களது மேற்பார்வையில் சரக்குகள் ஏற்றப்படுவதும், இறக்கப்படுவதும் நாம் கண்கூடாகப் பார்க்கும் நிகழ்ச்சியே. இதனால், சரக்குகள் களவு போவதும் சேதமடைவதும் குறைக்கப்படுகின்றன. சிறு தொலைவுகளுக்கும், சிற்றளவுச் சுமைகளுக்கும் வாங்கப்படும் லாரி கட்டணம் இரயில் கட்டணத்திற்குக் குறைவாகவே இருக்கும். லாரிப்போக்குவரத்தில் இடையிடையே சரக்குகளை ஏற்றியிறக்கும் தேவை இல்லாதிருப்பதும் செலவைக் குறைக்கிறது. இரயில் பாதையைக் காட்டிலும் சாலை அமைப்பதற்குச் செலவு குறைவாக ஆகும். சாலையைப் பயன்படுத்துவோர் அதை அமைப்பதற்கும் பராமரிப்பதற்கும் செலுத்தும் கட்டணம் மிகமிகக் குறைவானது.

5. விரைவு(Speed)

சிறு தொலைவுகளுக்கு சரக்குகளை ஏற்றிச் செல்வதில் மோட்டார் போக்குவரத்து இரயில் போக்குவரத்தைக் காட்டிலும் விரைவானது. விரைந்த போக்குவரத்தும், வாங்குபவர்களிடம் சரக்குகளை உரிய நேரத்தில் சேர்ப்பித்தலும், வணிகர்களின் விற்பனையைப் பெருக்குகின்றன.

6. பணி (Service)

கிராமப்புறங்களை இரயில் நிலையங்களுடனும், சந்தைகளுடனும், அண்மையிலுள்ள நகர்களுடனும், இணைப்பதன்மூலம் அப்பகுதிகளுக்கு மோட்டார் போக்குவரத்து ஆற்றிடும் பணி சிறப்பானது. இரயில், விமானம், நீர்வழி போன்ற பிறவகைப் போக்குவரத்துகளுக்கு மோட்டார் போக்குவரத்து துணைபுரிகிறது. இது அண்மையிலுள்ள நகரங்களுக்கும் மாநகரங்களுக்கும், கனி வகைகள், காய் கறிகள், பால்பண்ணைப் பொருள்கள் போன்றவற்றைப் மெருகு குலையாமல் கொண்டு சென்று அளிக்கிறது. மேட்டுப்பகுதிகளைக் கடப்பதில் இது இரயில் போக்குவரத்தைக் காட்டிலும் வலிமைமிக்கதாகக் திகழ்வதால், மலைசார்ந்த பகுதிகளில் இப்போக்குவரத்தின் இன்றியமையாமை குறிப்பிடத்தக்கதாக விளங்குகிறது. இது அரசுக்குப் பெருவருவாய் ஈட்டித் தருவதோடு, மக்களுக்கும் அதிக வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்கித் தருகிறது.

மோட்டார் போக்குவரத்தின் குறைபாடுகள் (Disadvanttages of Motor Transport)

1. நம்பகமற்ற தன்மை (Independability)

மோட்டார் போக்குவரத்துக்குக் கால அட்டவணை கிடையாது. எனவே, இது குறித்த நேரத்தில் முறைப்படி வரும் என்று நம்பியிருக்கவியலாது. மழைக்காலத்தில் வெள்ளமும் குளிர்காலத்தில் பனிக் கட்டிகளும் குறுக்கிட்டு சாலைகளைப் போக்குவரத்திற்கு ஏற்றவையாக இல்லாமல் தடை செய்து விடுவதும், மோட்டார் போக்குவரத்தின் நம்பகமற்ற தன்மையை அதிகப்படுத்துகிறது.

2. பொருத்தமின்மை (Unsuitability)

நெடுந்தொலைவுகளுக்குப் பொருள்களை ஏற்றிச்செல்வதற்கு மோட்டார் போக்குவரத்து உகந்ததல்ல. அதேபோன்று, கச்சாப் பொருட்கள், வேளாண்மை விளைபொருட்கள் போன்ற தரம் தாழ்ந்த மூலப்பொருட்களையும், பருமன் மிக்க பொருட்களையும் ஏற்றிச் செல்வதற்கு மோட்டார் போக்குவரத்து பொருத்தமானதோ சிக்கனமானதோ அல்ல.

3. விபத்துக்களும் பழுதடைவதும் (Breakdowns and Accidents)

மோட்டார் போக்குவரத்து அடிக்கடி பழுதுபடக் கூடியது. விபத்திற்கு உட்படத்தக்கது. குளிர்காலத்தில் பனிவிழும்பொழுதும், மழைக் காலங்களில் மோட்டார் போக்குவரத்து நடைபெறுவது அரிது.

4. கட்டணங்கள் சீரற்று இருத்தல் (Absence of Uniformity in Rates)

பல்வேறுபட்ட மக்களும், நிறுவனங்களும், மோட்டார் போக்குவரத்தை நடத்துகின்றன. ஒரே வகையான பொருள்களுக்கு இவர்கள் வெவ்வேறு கட்டணங்களை விதிக்கின்றனர். இவ்வாறு கட்டணங்களிலுள்ள சீரற்ற தன்மை சில சமயங்களில் வணிகர்கள் சுரண்டப்படுவதற்கு வழிவகுக்கிறது.

5. விரைவு வரையறை (Speed Limit)

பொதுமக்கள் பாதுகாப்பை முன்னிட்டு மோட்டார் போக்குவரத்தின் விரைவுக்கு அரசு வரையறை விதிக்கப்படுவது வழக்கம். விரைவுக்கு வரையறை இருப்பது நன்மைபயக்கத்தக்கதேயாயினும், இது ஒரு குறைபாடாக வெளிப்படுகிறது

டிராம் வண்டி (Tramways)

மாநகர்களுக்கு ஏற்ற போக்குவரத்துச் சாதனமாக டிராம் வண்டிகள் 19–ஆம் நூற்றாண்டில் தோன்றின. தொடக்கத்தில் அவை குதிரைகளால் இழுக்கப்பட்டன பிறகு நீராவியால் இயக்கப்படுவனவாக இருந்தன. தற்போழுது அவை மின்விசையால் இயங்குகின்றன. அவை அதிக மக்களை ஏற்றிச்செல்லும் திறமுடையவை. எனவே அவை மாநகர்களில் விறுவிறுப்பான நேரங்களில் காணப்படும் பெருமளவு போக்குவரத்தைச் சமாளிக்கவல்லவை. மோட்டார் பேருந்துகள் செல்வாக்குப் பெற்றதும், டிராம் வண்டிகள் வளர்ச்சி குன்றத்துவங்கியதோடு, பல இடங்களில் அவை அறவே மறைந்து விட்டன. சென்னை மாநகரில்கூட 1953 ஆம் ஆண்டு வரை டிராம் வண்டிகள் இயங்கி வந்தன எனும் செய்தி இன்றைய இளைஞர்களுக்கு வியப்பளிக்கலாம்.

டிராம் வண்டிகளின் நன்மைகள் (Advantages of Tramways)

1. மக்கள் நடமாட்டமும் போக்குவரத்து ஓட்டமும் அதிகமாக உள்ள சாலைகளிலும், நெருக்கடிமிக்க வீதிகளிலும் டிராம் வண்டிகள் இயங்கக்கூடியவை.

2. டிராம் வண்டிகள் பாதுகாப்பான போக்குவரத்துச் சாதனமாகும். அதிக மக்களை ஏற்றிச் செல்வதற்கு அதற்குள்ளதிறன், அதன் குறைவான தேய்மானம், அதன் குறைவான முதலீடு ஆகியவையே இந்த மலிவுத் தன்மைக்குக் காரணங்களாகும்.

டிராம் வண்டிகளின் குறைபாடுகள் (Disadvantages of Tramways)

1 டிராம் வண்டிகள் இருப்புப்பாதை மீது இயங்குவதால் அவை முன்பே தீர்மானித்து அமைக்கப்பட்ட பாதையிலிருந்து விலகிச் செல்ல இயலாது. இரயில்களைப் போலவே அவையும் நெகிழ்வுத் திறன் அற்றவை.

2. டிராம் வண்டிகள் மெதுவாக இயங்கும் தன்மையுடையவை அவசரப் பயணத்திற்கும் விரைந்து செல்வதற்கும் ஏற்றவையல்ல.

3. இரயில்களைப் போலவே டிராம் வண்டிகளுக்கும் இருப்புப்பாதை அமைக்க வேண்டியதாக இருப்பதால் பெருத்த முதலீடு தேவைப்படுகிறது

இரயில் போக்குவரத்து

1930–40 ஆம் ஆண்டுகளில் மோட்டார் போக்குவரத்து செல்வாக்குப் பெறும்வரை, இரயில் போக்குவரத்து முன்னுரிமை பெற்று திகழ்ந்தது. இது தற்காலத்தின் இயந்திரப் போக்குவரத்தின் முன்னோடியாகும். அமெரிக்கா, ரஷ்யா போன்ற நாடுகள் முன்னேற்றம் அடைவதற்கு இப்போக்குவரத்து மிகவும் உதவியாக இருந்திருக்கிறது. பளுவான பொருள்களை நெடுந்தொலைவுகளுக்குக் கொண்டு செல்வதற்கு இரயில் போக்குவரத்து மலிவானதும் விரைவானதுமாகும். நிலப் போக்குவரத்து முறையில் இரயில்கள் ஒரு புரட்சியையே விளைவித்தன என்று சொன்னால் அது மிகையாகாது.

பாதை போட, பாலங்கள் அமைக்க, இயந்திரங்கள் வாங்க எனப் பலவழிகளில் இரயில் போக்குவரத்தை அமைக்கப் பெரும் முதலீடு தேவைப்படுகிறது. இரயில்கள் இன்றியமையாத பொதுப்பணி புரிகின்றன. நாட்டின் மிகப்பெரிய பொதுப்பணி அமைப்புகளில் ரயில் போக்குவரத்தும் ஒன்றாகும். இதற்குப் பாதை அமைத்துத் தருவதற்குப் பிறருடைய சொத்துரிமைகளில் தலையிட வேண்டியதாக இருக்கிறது. கோடிக்கணக்கான மக்களின் பாதுகாப்பு இதன் கையிலிருக்கிறது. எனவே, இப்போக்குவரத்து அரசுக் கட்டுப்பாட்டுக்கு உட்பட்டிருப்பதோடு பல நாடுகளில் நாட்டுடமையாக்கப்பட்டும் இருக்கிறது. இதன் முன்னுரிமை நிலை, அரசுக் கட்டுப்பாட்டுடன் இருக்க வேண்டுவதை வலியுறுத்துகிறது. அப்பொழுதுதான் பொதுமக்கள் சுரண்டப்படுவது தவிர்க்கப்படும்.

இரயில் போக்குவரத்தின் நன்மைகள் (Advantages of Rail Transport)

1. உகந்தவை (Suitability)

பளுவும், பருமனும் மிக்க பொருட்களை நெடுந் தொலைவிற்குக் கொண்டு செல்வதற்கு இரயில்கள் மிகவும் ஏற்றவை. டீசல் இயந்திரங்கள் தோன்றியதற்குப் பிறகு மோட்டார் போக்குவரத்து மலிவானதாக ஆகியதும், லாரிகள் மிக அதிகமான பொருள்களை ஏற்றிச் செல்லும் திறன் பெற்றதும் உண்மையே. இருப்பினும் இரயில்கள் இந்த அம்சத்தில் அவற்றின் உயர்வை இன்னும் இழக்கவில்லை.

2. தொலைதூரப் பயணத்திற்கு மிகச்சிறந்தது (Best way of transport for long distance)

நெடுந்தொலைவுப் போக்குவரத்துக்குச் சாலைப் போக்குவரத்தைக் காட்டிலும் இரயில் போக்குவரத்து மலிவானது.

3. பாதுகாப்பு (Safety)

ஏற்றிச் செல்லப்படும் பொருள்களுக்கு, மோட்டார் போக்குவரத்தைக் காட்டிலும் இரயில்கள் மிக்க பாதுகாப்பு அளிக்கின்றன. வெயில், மழை, இன்ன பிறவற்றால் பாதிக்கப்படாதவாறு இரயிலில் மூடிய பெட்டிகளில் பொருள்கள் கொண்டு செல்லப்படுவதை நாம் அறிந்ததே.

4. குறைந்த இயக்க செலவுகள் (Less operating expenses)

தொடக்க முதல் பெருமளவு இதில் முதலீடு செய்யப்பட்டாலும், குறைந்த இயக்க செலவின் மூலம் எதிர்காலத்தில் இது ஒரு மலிவான போக்குவரத்து முறையாகி விடுகிறது.

5. நம்பகமான தன்மை (Dependability)

இது ஒழுங்காக நடைபெறக் கூடியதும், நம்பகமானதுமான போக்குவரத்தாகும். இது முறையான கால அட்டவணைப்படி ஆண்டு முழுவதும் நடைபெறவல்லது. மழையோ, வெய்யிலோ, எதுவாயினும் இரயில் போக்குவரத்து தொடர்ந்து நடைபெற்றுக் கொண்டே இருக்கும்.

6. விரைவு (Speed)

இரயில்கள் விரைவுமிக்கவை. எனவே, நெடுந்தொலைவுகளுக்குப் பொருட்களை ஏற்றிச் செல்ல இவை மோட்டார் போக்குவரத்தைக் காட்டிலும் குறைந்த காலமே எடுத்துக் கொள்கின்றன.

இரயில் போக்குவரத்தின் குறைபாடுகள் (Disadvantages of Railway Transport)

1.குறுந்தொலைவுகளுக்கு ஏற்றதல்ல (Unfit for Short Distance)

பளுகுறைவான – பொருள்களை குறுந்தொலைவுகளுக்கு கொண்டு செல்வதற்கு மோட்டார் போக்குவரத்தைக்காட்டிலும் இரயிலில் கட்டணங்கள் அதிகமானவையே பளுகுறைந்த பொருள்களின் குறும் பயணத்திற்கு ஒப்பிடற்குரிய அளவு மோட்டார் போக்குவரத்து ஏற்றதாகவும், மலிவானதாகவும் திகழ்கிறது. இதுவே குறும் பயணப் பொருள்களை மோட்டார் போக்குவரத்து பெருமளவு கவர்வதற்குக் காரணமாகும்.

2.நெகிழ்வுத்தன்மை அற்றது (Inflexibility)

இரயில்கள் இருப்புப்பாதையோடு கட்டுண்டு கிடப்பதால், அவை குறித்த பாதையிலிருந்த விலகிச் செல்ல இயலாது. எனவே இரயில் போக்குவரத்து நெகிழ்வுத் திறன் அற்றது. குறிப்பிட்ட இடங்களுக்கிடையேதான் இரயில்கள் செல்ல இயலும் லாரிகளைப்போல இரயில்கள் ஆலைகளுக்கே சென்று பொருள்களை ஏற்றிக்கொள்ளவும். இறக்கவேண்டிய இடங்களுக்கே சென்று பொருள்களை இறக்க இயலாமல் இருப்பது அவற்றைச் சார்ந்துள்ள குறைபாடாகும்.

3.கிராம பகுதிகளில் இயக்கினால் பொருளாதார சிக்கனம் ஏற்படுவதில்லை (Uneconomical for rural areas)

இரயில் போக்குவரத்தை அமைக்கப் பெருத்த முதலீடு தேவைப்படுகிறது. அதைப் பராமரிக்கவும் திரும்பத், திரும்பப் பெரும் செலவு செய்ய வேண்டியதாக இருக்கிறது. நிலையாகப் போதுமான போக்குவரவைப் பெறும் வாய்ப்பு இருந்தாலன்றி இரயில்கள் சிக்கனமாக இயங்க இயலாது. கிராமப்பகுதிகள் இந்த வாய்ப்பை நல்குவது அரிதாகையால், இரயில்களை அங்குச் சிக்கனமாக இயங்க முடியாதது தெளிவு. எனவே இரயில்கள் கிராமப்புறப் போக்குவரத்தை மோட்டார் வண்டிகளுக்கு விட்டுக்கொடுக்க வேண்டிய கட்டாயம் எற்படுகிறது.

4. அதிக இடர் (Greater risk)

இரயில் போக்குவரத்தின் போது, இடையிடையே பொருள்களை ஏற்றி இறக்க வேண்டியதாக இருப்பதால், பொருள்கள் களவு போவதற்கும், உடைவதற்கும் சேதமுறுவதற்குமான வாய்ப்புகள் மிகுதியாக இருக்கின்றன. பொருள்களை இரயில் நிலையங்களுக்குக்கொண்டு செல்லுதலும், அங்கிருந்து

எடுத்து வருதலும் தவிர்க்க முடியாத வகையால், தாமதமும் கூடுதல் செலவும் ஏற்பட வழியிருக்கிறது. இக் காரணங்களால்தான் கட்டணம் சற்று உயர்வானதாக இருப்பினும் மக்கள் மோட்டார் போக்குவரத்தை அதிகம் விரும்புகின்றனர்.

5.முற்றிலும் பயன்படுத்தாமையால் ஏற்படும் இழப்பு (Loss due to under utilisation)

முற்றிலும் பயன்படுத்தப்படாத நிலையில் இரயில் பெட்டிகள் பாதி காலியாக ஓடினால், நாட்டுக்குப் பெரிய இழப்பு ஏற்படும். போதுமான போக்குவரத்து இல்லை என்று இரயில்களை நிறுத்துவதும் நாட்டுக்குப் பேரிழப்பை உண்டாக்கும். இரயில் போக்குவரத்து அமைப்பும், இயக்கமும் இடையுறாது திட்டமிடவும், கணிக்கவும் வேண்டிய செய்திகளாகும். அவற்றில் எதில் குறைபாடு இருந்தாலும் அது நாட்டை மாபெரும் இழப்பில் ஆழ்த்தும்.

நீர் வழிப்போக்குவரத்து (Water Transport)

இயற்கையின் பரிசு நீராகும். அறிவியல் மற்றும் தொழில்நுட்ப வளர்ச்சியினால் மனித நாகரிகத்தின் மூலம் பொருளாதாரம், அரசியல் மற்றும் இராணுவ வளர்ச்சி ஏற்பட்டது. கட்டுமானப்பணிகள் வேகம் மற்றும் கப்பல் பாதுகாப்பின் மூலம் நீர்வழிப் போக்குவரத்தில் ஆச்சரியப்படக்கூடிய மாற்றங்கள் ஏற்பட்டன. நீர்வழியில் உள்நாட்டு நீர்வழி மற்றும் கடல் நீர்வழி என இரு வகைகள் உள்ளன.

உள்நாட்டு நீர்வழிகள் (Inland waterways)

உள்நாட்டு நீர்வழிகள் என்பது இயற்கையான நீர்வழிகளையும், செயற்கையான நீர்வழிகளையும் குறிப்பனவாகும். இயற்கையாகவே கப்பல் செல்லத்தக்கவாறு அமைந்துள்ள ஆறுகள் இயற்கை நீர்வழிகள் எனப்படும். கால்வாய்களும், கால்வாயாக மாற்றப்பட்ட ஆறுகளும் செயற்கையான நீர்வழிகள் என்ற வகையைச் சாரும்.

ஒரு காலத்தில் ஆறுகள்தான் முக்கியமான உள்நாட்டுப் போக்குவரத்தாகத் திகழ்ந்தன. பொதுவாகச் சிறு படகுகளும் நீராவிக் கப்பல்களும் ஆறுகளில் இயங்கும் போக்குவரத்து சாதனங்களாகும். ஆறுகள் போதுமான அளவு ஆழமாக இருப்பின் அவற்றில் பெருங்கப்பல்களும் இயங்கலாம். ஆறுகள் இயற்கையின் கொடை என்பர். நிலப் போக்குவரத்து போலச் சாலையோ, பாதையோ அமைக்கும் தேவை இல்லாதிருப்பது ஆற்றுப் போக்குவரத்தின் சிறப்பம்சமாகும்.

கால்வாய்கள் மனிதன் அமைத்த நீர்வழிகளாகும். கப்பல் போக்குவரத்து மற்றும் சாகுபடி ஆகிய இரு நோக்கங்களோடு அவை உருவாக்கப்பட்டன.

இரயில் போக்குவரத்தின் தோற்றத்திற்கு பின்னர் ஆற்றுப் போக்குவரத்து போலக் கால்வாய்ப் போக்குவரத்தும் முக்கியத்துவம் இழக்கத் துவங்கியது.

I. ஆறு மற்றும் கால்வாய்ப் போக்குவரத்தின் நன்மைகள் (Advantages of River and Canal Transport)

1. சிக்கனத்தன்மை(Economical)

ஆற்றுப் போக்குவரத்து, கால்வாய்ப் போக்குவரத்து ஆகிய இரண்டுமே இரயில் போக்குவரத்தைக் காட்டிலும் மலிவானவை. பொருள்களை அனுப்பப் பெறும் இடங்கள் நீர்வழிகளுக்கு அருகாமையில் இருப்பின் இதன் நன்மை மிக அதிகமானதாகவே இருக்கும். தொலைவிலிருந்து, நீர்வழிகளுக்குப் பொருள்களைக் கொண்டுவர வேண்டியதாகவோ, நீர்வழிகளில் இருந்து தொலைவான இடங்களுக்குச் சரக்குகளை எடுத்துச் செல்ல வேண்டியதாகவோ இருப்பின், அதற்காக ஏற்படும் கூடுதல் போக்குவரத்துச் செலவு இந்த நன்மையின் சிறப்பைக் குறைக்கக்கூடும். பருமன்மிக்கதும், மலிவானதுமான சரக்குகளுக்கு அவற்றை விரைவாக எடுத்துச்செல்லும் தேவை இல்லாதவரை, இதுவே மிகவும் மலிவான போக்குவரத்தாகும்.

2. பெருமளவு ஏற்றிச் செல்லும் திறன் (Greater capacity)

செங்கல், மரம், நிலக்கரி, களிமண், போன்ற பருமன் மிக்க, மலிவான பொருள்களைப் பெருமளவு ஏற்றிச் செல்வதற்கு ஆற்றுக் கால்வாய் போக்குவரத்து ஏனையவற்றைக் காட்டிலும் மிகவும் ஏற்றவை.

3. அயல்நாட்டு போக்குவரத்தை வளர்க்கிறது (Development of Foreign trade)

நீர் போக்குவரத்து மட்டுமே, கப்பல்களின் துணைகொண்டு அயல் நாடுகளுடன் வாணிபத்தை மேற்கொள்ள உதவிபுரிகிறது. மேலும் இது நாட்டில் உபரியாக உள்ள பொருளை ஏற்றுமதி செய்வதற்கும், தேவைப்படும் பொருளை இறக்குமதி செய்வதற்கும் உதவிபுரிகிறது.

4. அயல்நாடுகளுடான உறவை வளர்த்துக் கொள்ள உதவுகிறது (Development of International Trade)

நீர் போக்குவரத்து பல அயல்நாடுகளுடன் உறவை மேம்படுத்திக் கொள்ள உதவுகிறது. இதன் மூலம் கலாச்சாரம், அறிவியல் மற்றும் தொழில் நுட்பம் சார்ந்த உறவை வளர்த்துக் கொள்ள உதவுகிறது.

ஆறு மற்றும் கால்வாய் போக்குவரத்தின் குறைபாடுகள் (Disadvantages of River and Canal Transport)

ஆற்றுப் போக்குவரத்தும் கால்வாய்ப் போக்குவரத்தும் பலகுறைபாடுகளைக் கொண்டுள்ளன. அவைகளில் மிகவும் முக்கியமானவை பின்வருமாறு:

1. வரையறுத்த பகுதிகளுக்கு பயன்தருதல் (Limited coverage)

ஆறுகளையும், கால்வாய்களையும், கொண்டுள்ள பகுதிகள் மட்டுமே இப்போக்குவரத்தால் பயன்பெறும். ஆறுகள், கால்வாய்களுக்கு மிகத் தொலைவிலுள்ள பகுதிகள் இப்போக்குவரத்தால் பயன்பெறுவது அரிது.

2. மெதுவாகச் செல்லுதல் (Slowness)

மோட்டார் அல்லது இரயில் போக்குவரத்தோடு ஒப்பிடும்பொழுது, ஆற்றுப் போக்குவரத்து மெதுவாக இயங்குபவை என்பது தெளிவு. அவசரமாகவும் விரைந்தும் கொண்டு செல்லவேண்டிய பொருட்களுக்கு இவை ஏற்ற போக்குவரத்தல்ல. மோட்டார் படகுகளின் தோற்றத்திற்குப் பிறகு இக்குறைபாடு சற்றே நீங்கியுள்ளது.

3. உறுதியற்ற தன்மை (Uncertainty)

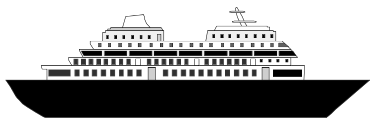
குளிர்காலத்தில் நீர்உறைந்து போவதாலும், கோடைக் காலத்தில் நீர்மட்டம் தாழ்ந்து போவதாலும், போக்குவரத்துத் தடைப்படக் கூடும். ஆகவே ஆண்டு முழுவதும் இப்போக்குவரத்து உதவும் என எவரும் உறுதியாகவோ நம்பிக்கையுடனோ இருக்க இயலாது.

4. சிறு வணிகர்களுக்கு ஏற்றதல்ல (Unsuitability for Small Traders)

சிறு வணிகர்கள் குறைவான சரக்குகளை இருப்பாகக் கொண்டு வணிகம் செய்வர். இருப்பு குறையக் குறைய சரக்குகளை விரைவாகப் பெற்று இவர்கள் அவர்களது வாடிக்கையாளரின் தேவைகளை நிறைவு செய்வர். இவர்களுக்கு விரைந்து செல்லும் போக்குவரத்தே ஏற்றது. மெதுவாகச் செல்லும் ஆற்றுப் போக்குவரத்தோ அல்லது கால்வாய்ப் போக்குவரத்தோ இவர்களுக்கு ஏற்றதல்ல.

II. கடல் போக்குவரத்து

கடல் போக்குவரத்து உலக நாடுகளிடையே பொருளாதார, சமுதாய, பண்பாட்டுத் தொடர்புகளை வளர்ப்பதற்கு அருந்தொண்டாற்றி வருகிறது. பன்னாட்டு (அயல்நாட்டு) வாணிகம் இந்த அளவுக்கு ஏற்றம் பெற்றிருப்பதற்குப் பேருதவியாக இருப்பது கடல் போக்குவரத்தே. உலக மக்களின் முன்னேற்றத்திற்கும், நல்வாழ்வுக்கும் பன்னாட்டு வாணிகம் எவ்வளவு இன்றியமையாதது என்பது நாம் அறிந்ததே. பன்னாட்டு வாணிகத்திற்கு உதவுவதில் கடல்போக்குவரத்துச் சிறப்பிடம் வகிக்கிறது. கடல்போக்குவரத்தில் பெரும் சிறப்பு அதன் மலிவுத்தன்மையே. தாழ்ந்த தரமும், மிக்க பருமனும் உள்ள சரக்குகளை, நாடுகளிடையே போக்குவரத்தில் இது ஆற்றும் பணி பாராட்டுதற்குரியது.



கடல்போக்குவரத்தின் வகைகள் (Types of Ocean Transport)

கடல் போக்குவரத்தை இரு பெரும் பிரிவுகளாகப் பிரிக்கலாம். அவைகளாவன,

1. கடலோர கப்பல் போக்குவரத்து
2. ஆழ்கடல் கப்பல் போக்குவரத்து

கடலோர கப்பல் போக்குவரத்து

நீண்ட கடற்கரையைப் பெற்றுள்ள நாடுகளில் கடற்கரையோரக் கப்பல் போக்குவரத்து முக்கியத்துவம் வாய்ந்து திகழ்வதில் வியப்பேதுமில்லை. உள்நாட்டுத் துறைமுகங்களுக்கிடையே நிலக்கரி, இரும்புத் தாது போன்ற பெருமளவுள்ள சரக்குகளைக்கொண்டு செல்வதற்கு இது மலிவான போக்குவரத்தாக அமைகிறது. பொதுவாக ஒரு நாட்டின் கடற்கரையோரக் கப்பல்போக்குவரத்து வாணிகம் அந்த நாட்டைச் சேர்ந்த கப்பல்களுக்கென்று ஒதுக்கப்பெறுவது வழக்கம். நம் நாட்டிலும் கடற்கரையோரக் கப்பல்

போக்குவரத்து வாணிகம் முழுவதும் இந்தியக் கப்பல்களுக்காக ஒதுக்கப் பெற்றிருக்கிறது.

ஆழ்கடலைக் கடக்கும் கப்பல்கள் இருவகையாகப் பிரிக்கப்பட்டுள்ளன. அவைகளாவன :

1. முறைவழிக் கப்பல்

2. முறைவழியற்ற கப்பல்

1. முறைவழிக் கப்பல் (Liners)

இவை பயணிகளையும், அஞ்சல் கட்டுகளையுமே பெருமளவு ஏற்றிச் செல்கின்றன. இவை சரக்குகளை வெகு சிறிதளவே ஏற்றிச்செல்கின்றன. முழுச்சுமை இருந்தாலும் இல்லாவிட்டாலும் இவைகால அட்டவணைப்படி பயணம் மேற்கொள்கின்றன. இவை குறித்த தடத்திலும் குறிப்பிட்ட துறைமுகங்களில் குறித்த கால அளவு நின்று, நின்று செல்லும் கப்பல்களாகும். குறித்த காலப்படி பயணம், நல்ல விரைவு, சொகுசு நிறைந்த வசதிகள் ஆகியவை இவற்றின் சிறப்புக் கூறுகளாகும்.

முறைவழிக் கப்பலின் வகைகள்

முறைவழிக் கப்பல்கள் இரண்டு வகைப்படும் அவைகளாவன

(அ) பயணிகள் முறைவழிக் கப்பல்

முறைவழிக் கப்பல்கள் என்ற தலைப்பில் மேற்கூறிய செய்திகள் அனைத்தும் பயணிகள் முறைவழிக் கப்பல்களுக்குப் பொருந்துவன.

(ஆ) சரக்கு முறை வழிக்கப்பல்

சரக்கு முறைவழிக் கப்பல்கள் சரக்குகளைப் பெருமளவும், பயணிகளை ஓரளவும் ஏற்றிக் கொண்டு ஆழ்கடலை கடப்பவையாகும். முன்னதாகவே ஏற்பாடு செய்யப்பட்ட கால அட்டவணைப்படி அவை முறையாக இயங்குபவை. இவை ஆண்டு முழுவதும் எழும் இயல்பான வாணிக சரக்குப் போக்குவரத்துத் தேவைகளை ஈடுசெய்கின்றன. சில பருவங்களில் மட்டுமோ, வழக்கத்திற்கதிகமாகவோ எழும் சரக்குப் போக்குவரத்துத் தேவைகளைச் சமாளிக்கும் பொறுப்பு முறைவழியற்ற கப்பல்களிடம் விடப்படுகின்றன.

2. முறைவழியற்ற கப்பல்கள் (Tramps)

சரக்குகளைச் சுமந்து செல்வதே இவற்றின் அடிப்படைச் சிறப்பியல்பாகும் இவற்றிற்கென நிலையான தடம் கிடையாது. இவை கால அட்டவணை எதையும் பின்பற்றுவதில்லை. போதுமான அளவு சுமை கிடைக்கும்பொழுது மட்டுமே

இவை பயணம் மேற்கொள்ளும். இவை எப்பொழுதும் புறப்படும் எந்தத் துறைமுகத்திற்கும் சரக்கு ஏற்றிச் செல்லும் இயல்புடையவை.

3. கொள்கலன் கப்பல்கள் (Container Ship)

கொள்கலன் போன்ற வண்டிப் பெட்டிகளில் கட்டுமம் செய்யப்பட்ட சரக்குகளை ஏற்றிச் செல்வதற்கெனத் தனித்த வடிவில் அமைக்கப்பெற்ற கப்பல்களுக்கு இப்பெயர் சூட்டப்பட்டுள்ளன. கொள்கலன் வடிவில் அமைக்கப்பெற்ற வண்டி பெட்டிகளில் கட்டுமம் செய்யப்பட்ட சரக்குகள் கொள்கலன் கப்பல்களில் ஏற்றப்பட்டு அதேவாறு அனுப்பீடு பெறுநரிடம் சேர்ப்பிக்கப் படுகின்றன. இக்கொள்கலன் கப்பல்களின் செல்வாக்கு இப்பொழுது பெருகிவருகிறது.

4. தொட்டிக் கப்பல்கள் (Tankers)

தூய்மைப்படுத்தப்படாத எண்ணெய், பெட்ரோல், பெட்ரொலியப் பொருள்கள் போன்றவற்றை ஆழ்கடலில் ஏற்றிச்செல்வதற்கெனத் தனித்த வகையில் அமைக்கப்பெறும் கப்பல்கள் தொட்டிக் கப்பல்கள் என அழைக்கப்படுகின்றன.

5. பெருஞ்சுமைக் கப்பல்கள்(Bulk Carriers)

இரும்புத் தாது போன்ற குறிப்பிட்ட வகைப் பொருள்களைப் பெருமளவில் ஏற்றிச் செல்வதற்கென்றே இவை உருவாக்கப்படுகின்றன. இக்கப்பல்களைப் பெரிய, பெரிய அளவில் உருவாக்குவதற்குத் தற்பொழுது முக்கியத்துவம் காட்டப்பட்டு வருகிறது. பொருள்களின் போக்குவரத்துச் செலவு குறைவதே இவற்றால் ஏற்படும் பெரும் நன்மையாகும்.

கடல் போக்குவரத்தின் நன்மைகள் (Advantages of Ocean Transport)

1. கப்பல்கள் இயற்கையின் கொடை எனப் போற்றப்படும் ஆழ்கடலில் இயங்குபவை. இரயில் போக்குவரத்து அல்லது மோட்டார் போக்குவரத்துக்கு தேவைப்படுவது போலக் கப்பல்களுக்கென குறிப்பிட்ட பாதைகளை அமைக்கவோ, அவற்றைப் பராமரிக்கவோ தேவையில்லை.

2. வேறு எந்த வகைப் போக்குவரத்து வண்டிகள் ஏற்றிச்செல்லக்கூடிய அளவைக் காட்டிலும் அதிக அளவிலான பொருட்களை ஏற்றிச் செல்லும் திறன் கப்பல்கள் ஒவ்வொன்றிற்கும் உண்டு.

3. ஒப்புநோக்கின், நீர்ப் போக்குவரத்தை இயக்குவதற்குக் குறைந்த அளவு இழுவைச் சக்தியே தேவைப்படுகிறது. கப்பல்களை இயக்குவதற்குத் தேவைப்படும் மனித சக்தியும் குறைந்த அளவினதே.

4. தொடக்கக்கால முதலீடும் சரி, பராமரிப்புச் செலவும் சரி, கடல் போக்குவரத்திற்கு இரயில் போக்குவரத்தைக் காட்டிலும் குறைந்த அளவே தேவைப்படுகிறது.

5. ஏனைய வகைப் போக்குவரத்தைக் காட்டிலும் இது மலிவான போக்குவரத்து முறையாகும்.

6. நாடுகளிடையே ஏற்றிச் செல்லவேண்டிய பருமனும் பளுவும் மிக்க சரக்குகளுக்கு ஏற்ற ஒரே வகைப் போக்குவரத்து இதுவே.

கடல் போக்குவரத்தின் குறைபாடுகள் (Disadvantages of Ocean Transport)

கடல் போக்குவரத்திலும் சில குறைபாடுகள் உள்ளன. அவற்றில் முக்கியமானவைகளாவன.

1. புயல், போன்ற பல பேரின்னல்களுக்கு கடல் போக்குவரத்து உட்பட்டுள்ளது.

2. வான் வழிப் போக்குவரத்தோடு ஒப்பிடும்பொழுது இது வேகம் குறைந்த போக்குவரத்தாகும்.

வான்வழிப் போக்குவரத்து

வான்வழிப் போக்குவரத்து என்பது, அதிவிரைவான மற்றும் மிகுந்த பொருட்செலவுடைய போக்குவரத்தாகும். முதல் உலகப் போருக்குப் பிறகு, விமானங்கள் பயணிகளையும், அஞ்சற் கட்டுகளையும் தாங்கிச் செல்லும் போக்குவரத்துச் சாதனமாகத் தோன்றியுள்ளது. இருப்பினும் 1945–ஆம் ஆண்டுக்குப்பின்னரே விமானப் போக்குவரத்தில் மாபெரும் வளர்ச்சி ஏற்பட்டது. இன்று உலகில் வாணிக முக்கியத்துவம் வாய்ந்த அனைத்து நகரங்களிடையேயும் விமானப் போக்குவரத்து இயங்கிவருகிறது. அமெரிக்கா போன்ற பெரிய நாடுகள் விமானப் போக்குவரத்தை உள்நாட்டிலும் நன்கு வளர்த்துள்ளன. அண்மை ஆண்டுகளில் அனைத்து வகையான பொருட்களையும் ஏற்றிச் செல்லும் அளவிற்கு சரக்கு விமானங்களும் நாடுகளிடையே இயங்கிவருகின்றன. ஆழ்கடலில் இயங்கும், முறை வழிக் கப்பல்களோடும், இரயில்களோடும் கடுமையாகப் போட்டியிடும் அளவிற்கு இன்று விமானப் போக்குவரத்து வளர்ச்சி பெற்றுள்ளது. இருபதாம் நூற்றாண்டு உலகுக்கு அளித்த கொடையே வான்வழிப் போக்குவரத்து. பிஸ்டன் இயக்கப் பொறிகளுக்கு மாறாக, ஜெட்டால் உந்தப்படும் பொறி கண்டுபிடிக்கபட்டு பயன்படுத்தப்படுவதன் விளைவாக இன்று, விரைவாகச் செல்லும் பெரிய விமானங்கள் பயனில் உள்ளன. இது மிகவும் வசதியான மற்றும் சொகுசான பயணத்திற்கு உகந்ததாகும். பயணத்தை இடைவெளியில்லாமல் மற்றும் எவ்வித தடவழி இடர் இல்லாமல் மேற்கொள்ளலாம்.

வான்வழிப் போக்குவரத்தின் நன்மைகள் (Advantages of Air Transport)

வான்வழிப் போக்குவரத்து நல்கும் நன்மைகள் பல. அவற்றில் முக்கியமானவைகளாவன,

1. விமானங்கள் முறையான, திறமையான, விரைவான போக்குவரத்து வசதியை நல்குகின்றன.
2. விமானப்போக்குவரத்தின் மாபெரும் சிறப்பு, அதன் வேகமேயாகும், தொலைவு அதிகரிக்க, அதிகரிக்க இந்த நன்மை அதிகரிக்கிறது. ஓயாது சுறுசுறுப்பாக உழைக்கும் வணிகருக்கும், உயர் பதவி வகிக்கும் அலுவலர்களுக்கும் விரைந்து சேர்ப்பிக்கப்பட வேண்டிய பொருள்களுக்கும் விமானப் போக்குவரத்தின் இச்சிறப்பு நற்பயனாக மிளிர்கிறது.
3. இரயில் அல்லது மோட்டார் போக்குவரத்து போலன்றி, வான்வழிப் போக்குவரத்துக்குப் பெருத்த முதலீடு செய்து பாதை அமைக்கும் தேவையோ, அதைப் பராமரிக்கும் தேவையோ இல்லை.
4. உயர்ந்த மலைகளோ, ஆழ்கடல்களோ விமானப்போக்குவரத்துக்கு ஒரு தடையாக அமைய முடியாது.
5. வேறு எந்தப் போக்குவரத்துச் சாதனத்தாலும் அடைய முடியாத பகுதிகட்கு விமானப் போக்குவரத்து மனிதர்களையும், சரக்குகளையும் எடுத்துச் செல்லும் திறன் பெற்றது. நிலச்சரிவு, வெள்ளம் போன்ற இடர் நிகழ்ந்து ஏனைய போக்குவரத்துச் சாதனங்கள் நிலைகுலைந்து செயலற்றுப் போகும் நிலையில், மரணத்தின் கோரப்பிடியில் சிக்குண்டு தவிக்கும் மக்களைக் காப்பாற்றுவதற்குப் பேருதவியாக வருவது விமானப் போக்குவரத்தே.
6. மற்ற வாகனப் போக்குவரத்துகள் சரக்கேற்ற பயன்படுத்த இயலாத நிலையில் இதனை பயன்படுத்தலாம். சண்டை மற்றும் நிலச்சரிவு ஏற்பட்டு போக்குவரத்து பாதிக்கப்படும் போது மனிதனை ஆபத்துகளிலிருந்து விமானப் போக்குவரத்து காப்பாற்றுகிறது.
7. குறைந்த பருமனும் எடையும் நிறைந்த மதிப்பும் வாய்ந்த பொருள்கள், விரைந்து சேர்ப்பிக்கப்பட வேண்டிய அழுகிப் போகக் கூடிய பொருள்கள் ஆகியவற்றைக் கொண்டு செல்வதற்கு இப்போக்குவரத்து மிகவும் ஏற்றது. விமானப் போக்குவரத்தில் ஏற்றிச் செல்லும் சரக்குகள் சிறிய அளவில் உள்ளது. ஆதலினால், சுங்க சடங்குகள் விரைவில் நிறைவேற்றப்படுகின்றன.

வான்வழிப்போக்குவரத்தின் குறைபாடுகள் (Disadvantages of Air Transport)

1. இது ஏற்றிச் செல்லும் மொத்தச் சுமையோடு ஒப்பிடும்பொழுது இதன் இயக்கச் செலவுகள் அதிகமானவை.
2. பருமனான பொருள்களையோ, வெடி மருந்து போன்ற அபாயமான பொருள்களையோ ஏற்றிச் செல்வதற்கு இது உகந்ததன்று.
3. சாதகமற்ற வானிலை போன்ற காரணங்கள் விமானப் போக்குவரத்தை இயங்க விடாமல் செய்துவிடுவதால் இது திண்ணமாக நம்பியிருக்கத் தக்கதொரு போக்குவரத்தன்று.
4. இது இடர் நிறைந்ததும், பாதுகாப்பு குறைவானதுமான போக்குவரத்தாகும். இது அடிக்கடி விபத்துக்கு இலக்காவதற்கு வாய்ப்பிருக்கிறது.
5. விமான நிலையம் அமைத்துப் பராமரித்திடப் பெருத்த முதலினச் செலவு தேவையாகும். எனவே, முக்கியமான வாணிக மையங்களுக்கிடையே மட்டும் விமானப் போக்குவரத்து இயங்கி வருகிறது.
6. ஒவ்வொரு நாடும் அதற்கு மேலேயுள்ள வான்வெளியைக் கட்டுப்படுத்துகிறது. எனவே ஒரு நாட்டைச் சேர்ந்த விமானங்கள் வேறு நாடுகளின் மீது பறப்பதற்கு அந்தந்த நாட்டின் முன் அனுமதியைப் பெறவேண்டியதாக இருக்கிறது.

பொதுச்சரக்கேற்றி (Common Carrier)

பொருள் (Meaning)

அனைத்து நபர்களின் சரக்குகளையும் எவ்வித வேறுபாடும் காட்டாமல் வாடகைக்காகச் சுமந்து செல்லும் செயலை மேற்கொள்ளும் நபர் அல்லது வாகனம் கூட பொதுச்சரக்கேற்றி என அழைக்கப்படுகிறார். இரயில் மற்றும் கடல் போக்குவரத்து பொதுச்சரக்கேற்றி என்ற சொல்லில் அடங்காது. ஏனெனில், அவைகள் தனிச் சட்டங்கள் மூலம் செயல்படுகின்றன.

பொதுச் சரக்கேற்றியின் கடமைகள் (Duties of Common Carrier)

சத்தம் அல்லது வாடகை செலுத்தப்பட்டாலோ அல்லது செலுத்தப்படுவதற்கு ஒப்புக்கொள்ளப்பட்டாலோ பொதுச் சரக்கேற்றி நபர்களிடையே வேறுபாடுகாட்டாமல் அவர்களின் பொருள்களைக் கொண்டு

செல்லும் கடமை உள்ளவர். இருப்பினும் பின்வரும் சூழ்நிலைகளில் பொருட்களைக் கொண்டு செல்லப் பொதுச்சரக்கேற்றி மறுக்கலாம்.

அ) சரக்கேற்றும் வாகனத்தில் இடமில்லாத போது

ஆ) சட்டத்திற்குப் புறம்பாகச் சரக்குகளை ஏற்றிச் செல்லும் போது

இ) வழக்கமான வழியிலிருந்து பொருட்கள் வேறு வழியில் கொண்டு செல்லப்பட வேண்டிய நிலையில்

ஈ) எந்தப் பொருட்களைக் கொண்டு செல்வதை வழக்கமாகக் கொண்டிருக்கிறாரோ அப்பொருட்கள் தவிர மற்ற பொருட்களைக் கொண்டு செல்லவேண்டியிருந்தால்.

1. இவர் தாமதமில்லாமல் வழக்கமான வழியில் சரக்குகளைக் கொண்டு செல்லக் கடமைப்பட்டவர். சில சூழ்நிலைகளில் வேறு பாதையிலும் செல்வதற்கு அனுமதிக்கப்படுகிறார்

2. பொருட்கள் சேரும் இடத்தில், அனுப்பீடு பெறுநர் கூறும் அறிவுறுத்தலுக்கேற்ப பொருட்களைச் சேர்ப்பது பொதுச்சரக்கேற்றியின் கடமையாகும். அனுப்பீடு பெறுநருக்கு சரக்குகளைச் சேர்க்கும் முன், அவற்றைப் பாதுகாத்து வைத்திருக்கும் பொறுப்பைப் பொதுச் சரக்கேற்றி ஏற்றுக் கொள்கிறார்.

3. பொதுச்சரக்கேற்றி அனுப்பீட்டுப் பொருட்களைத் தன் சொந்தப் பொருட்களுடன் கலந்துவிடாமல் பார்த்துக்கொள்ளக் கடமைப்பட்டவர்.

4. அனுப்பீடு செய்யப்பட்ட பொருட்களில் கூடுதல் நன்மை ஏற்படும்போது சரக்கேற்றி அவ்வாறு ஏற்பட்ட கூடுதல் நன்மையையும் அவற்றோடு சேர்த்து பெறுநருக்கு தருதல் அவரது கடமையாகும். உதாரணமாக கால்நடைகளில் ஒன்றான பசுவை அனுப்பீடு செய்யும்போது செல்லும் வழியில் அது கன்று ஒன்று ஈன்றெடுத்தால் பசுவையும், கன்றையும் சேர்த்து பெறுநரிடம் சேர்க்கும் கடமை சரக்கேற்றிக்கு உண்டு.

தனிச்சரக்கேற்றி

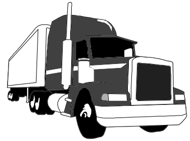
தனிச்சரக்கேற்றி தான் தேர்ந்தெடுத்த குறிப்பிட்ட நபர்களின் பொருட்களைத் தனி ஒப்பந்தத்தின் மூலம் சில நேரங்களில் மட்டும் ஓரிடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்திற்கு வாடகைக்காவோ அல்லது இலவசமாகவோ ஏற்றிச் செல்வார்.தனிச்சரக்கேற்றி ஓரிடத்திலிருந்து மற்றொரு

இடத்திற்கு பொருட்களைக் கொண்டு செல்வதை வழக்கமான பணியாகக் கொள்வதில்லை.

பொதுச்சரக்கேற்றிக்கும் தனிச்சரக்கேற்றிக்கும் உள்ள வேறுபாடுகள்

(Distinguish Between Commen carrier and Private carrier)

பொதுச் சரக்கேற்றி	தனிச்சரக்கேற்றி
1.பொதுச்சரக்கேற்றி பொருட்களை ஏற்றிச் செல்வதை வழக்கமான தொழிலாகக் கொண்டிருக்கிறார்.	1.தனிச்சரக்கேற்றி சில வேலைகளில் மட்டுமோ அல்லது தனி ஒப்பந்தத்தின் மூலமோ சரக்கேற்றிச் செல்கிறார்.
2.இவர் அனைத்து நபர்களின் சரக்குகளையும் எவ்வித வேறுபாடுமின்றி எடுத்து செல்கிறார்.	2.இவர் தான் தேர்ந்தெடுத்த குறிப்பிட்ட நபர்களின் பொருட்களை மட்டும் ஏற்றிச் செல்கிறார்.
3.பொதுச் சரக்கேற்றியின் பொறுப்பு 1865-ம் ஆண்டு சரக்கேற்றுச் சட்டத்தின் மூலம் நிர்ணயிக்கப்படுகிறது.	3.இதற்கு தனிச் சட்டம் ஏதும் இல்லை. இவர் சரக்கு ஒப்படைப்பு பெறுநராகக் கருதப்படுகிறார்.
4.இவர் வாடகைக்காகச் சரக்கேற்றிச் செல்கிறார்.	4.இவர் வாடகைக்காகவோ அல்லது இலவசமாகவோ சரக்கேற்றிச் செல்வார்.
5.இவர் தான் ஏற்றிச் செல்லும் பொருட்களுக்குக் காப்பீடு தருநராக செயல்படுகிறார். இவரது கவனக்குறைவாலோ அல்லது பிற வழியிலோ சரக்குகளுக்கு ஏற்படும் சேதம் அல்லது இழப்பிற்கு பொதுச் சரக்கேற்றி பொறுப்பாகிறார்.	5.தனிச் சரக்கேற்றி தன்னுடைய கவனக் குறைவால் சரக்குகளுக்கு ஏற்படும் இழப்பு அல்லது சேதத்திற்கு மட்டும் பொறுப்பாகிறார்.



கொள்கலனாக்கம் (CONTAINERISATION)

கொள்கலனாக்கம் என்பது அண்மைக்காலத்திய வளர்ச்சியாகும். சரக்குகளைப் போக்குவரத்துச் செய்வதில் அண்மை காலத்தில் மெச்சத்தக்க மாற்றங்களும் முன்னேற்றமும் ஏற்பட்டுள்ளன. இந்த வியத்தகு வளர்ச்சியை ஒட்டுமொத்தமாகக் குறிக்கும் சொற்றொடரே கொள்கலனாக்கம் என்பதாகும்.

முன்பெல்லாம் சரக்குகள் சிறுசிறு அளவுகளில் கட்டுமம் செய்யப்பட்டு வெவ்வேறு போக்குவரத்துச் சாதனங்கள் மூலமாக அனுப்பப்பட்டன. அதனால் கட்டுமச் செலவுகளும், ஏற்றும் இறக்கும் செலவுகளும் பெரிய அளவில் கூடின. ஆனால் இன்றோ, இத்துறையில் பெரும் மாற்றம் நிகழ்ந்துள்ளது. வண்டிப்பெட்டிகள் போன்று பெரிய, பெரிய அளவில் கொள்கலன்கள் செய்யப்பட்டு, அவற்றில் சரக்குகள் பேரளவில் கட்டுமம் செய்யப்படுகின்றன. இக்கொள்கலன்கள் உள்ளது உள்ளவாறே லாரிகளில் ஏற்றிக்கொண்டு செல்லப்படுகின்றன. இரயில் மூலமாக அவற்றைப் போக்குவரத்து செய்யும் தேவை இருப்பின், அதற்காகவே சிறப்பாக அமைக்கப்பெற்ற இரயில் வண்டி அடிப்படை சட்டத்தின் மீது கொள்கலன்கள் நேரடியாகவே ஏற்றப்பட்டுக் கொண்டு செல்லப்படுகின்றன. கொள்கலன்களைக் கடல் மூலமாக அனுப்ப வேண்டியதாக இருப்பின், கொள்கலன் கப்பல் மீது அவை நேரடியாக வைக்கப்பட்டு கொண்டு செல்லப்படுகின்றன. கொள்கலன் கப்பல் என்பது கொள்கலன்களிலிடப்பெற்ற சரக்குகளைக் கொண்டு செல்வதற்கென்றே சிறப்பாக அமைக்கப் பெற்றவை. கொள்கலன் கப்பல்கள் போன்றே, மிகப்பெரிய விமானங்களில் கொள்கலன்கள் கொண்டு செல்லப்பட்டு உரிய இடங்களில் சேர்க்கப்படுகின்றன. சேரும் இடத்தில் கொள்கலன்கள் உள்ளது உள்ளவாறே அனுப்பீடு பெறுநரிடம் சேர்ப்பிக்கப்படுகின்றன.

முக்கியத்துவம் (Importance)

கொள்கலன்களைப் போக்குவரத்துச் சாதனங்கள் மீது ஏற்றுதல், இறக்குதல், லாரிகளிலிருந்து இரயில் அல்லது கப்பலுக்கு மாற்றுதல் ஆகிய

அனைத்துச் செயல்களும் இயந்திரங்கள் மூலமாகவே செய்யப்படுகின்றன. இயந்திரமயமும், தன்னியக்கமும், போக்குவரத்துத் துறையில் பெரும் பங்குகொள்ளத் துவங்கியிருக்கின்றன. கொள்கலனாக்கம் உடலுழைப்பால் செய்யப்படும் செயல்களைப் போக்குவரத்துத் துறையினின்றும் அறவே நீக்கிவிட்டது எனச் சொல்லாம். அயல் நாட்டு வாணிகத்தினூடே பல்வேறு சட்டங்களில் சரக்குகளை வெவ்வேறு போக்குவரத்துச் சாதனங்கள் மூலமாகக் கொண்டு செல்லவேண்டியதாக இருப்பது தெளிவாகிறது. கொள்கலனாக்கம் இச்சிக்கலான போக்குவரத்தை எளிமையாக்குவதால், அது அயல்நாட்டு வாணிகத்திற்கு ஒரு புகழாக அமைகிறது.

வசதி, சிக்கனம், தாமதமின்மை ஆகியவை கொள்கலனாக்கத்தினால் எழும் நன்மைகளாகும். மேலும், அது சரக்குகளைக் கட்டுமம் செய்வது, ஏற்றி இறக்குவது சார்ந்த செலவுகளை வெகுவாகக் குறைக்கிறது. எனவே அது மேன்மேலும் செல்வாக்குப் பெற்றுவருவதில் வியப்பேதுமில்லை.

போக்குவரத்தில் பயன்படுத்தப்படும் ஆவணங்கள் (Documents Used in Transport)

1. கப்பல் இரசீது (Bill of Lading)

சரக்கேற்றிச் செல்லும் ஒப்பந்த நிபந்தனைகளை உள்ளடக்கிய ஆவணமே கப்பல் இரசீதாகும். கப்பல் தலைவர் கையொப்பமிட்ட இந்த இரசீதினைக் கப்பல் நிறுமம் வழங்குகிறது. அதில் குறித்துள்ள சரக்குக் கப்பலில் ஏற்றப்பட்டுவிட்டதற்கான ஒப்புகைச் சீட்டே அது. எனவே, சரக்கு பெற்றமைக்கு வழங்கப்படும் அதிகார பூர்வமான ரசீதாக அது பயன்படுகிறது. அத்தோடு, அதில் பெயர் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளவர் சரக்கினைப் பெறும் உரிமை படைத்தவரும் ஆகிறார். இதனை மேலெழுதிப் (Endorsement) பிறருக்குக் கொடுப்பதன் மூலம், இதன் உரிமை மாற்றப்படுகிறது. யார் பெயருக்கு இது மேலெழுதித் தரப்படுகிறதோ அவரே சேரவேண்டிய துறைமுகத்தில் (Port of Destination) கப்பலிலிருந்து சரக்கைப் பெறும் உரிமையாளராவார். இவ்வாறு சரக்குரிமை ஆவணமாகவும் (Document of title to goods) இது செயல்படுகிறது. சரக்குரிமை ஆவணம் என்பது சரக்கின் சொந்தக்காரர் யார் என்பதை உணர்த்தக்கூடிய பத்திரமாகும். ஆனால் இது ஒரு மாற்று முறையாவணம் (Negotiable Instrument) அன்று.

கப்பல் ரசீதில் காணப்படும் செய்திகளாவன:

1. ஏற்றுமதியாளரின் கப்பலிடுநரின் (Shipper) பெயரும் முகவரியும்
2. கப்பலின் பெயர்

3. சரக்கேற்றுமிடம்
4. கப்பலில் அனுப்பப்படும் சரக்கு பற்றிய விபரம்
5. சேரிடத் துறைமுகம்
6. செலுத்தப்பெற்ற அல்லது செலுத்த வேண்டிய கப்பல் கட்டணம்
7. சரக்குப் பெறுநரின் பெயரும் முகவரியும்
8. நாள் மற்றும் காப்பீடு

சிப்பங்கள் சரிவர இருப்பின் தூய கப்பல் ரசீது (Clean Bill of Lading) வழங்கப்படுகிறது. சில சிப்பங்கள் அல்லது கட்டுகள் சேதமுற்றிருப்பின் மாசுடை கப்பல் ரசீது (Foul Bill of Lading) வழங்கப்படுகிறது.

2. கப்பல் வாடகை ஒப்பாவணம் (Charter Party)

பண்டங்கள் பெருமளவில் அனுப்பீடு செய்ய நேரும் போது ஒரு கப்பலையோ அல்லது ஒரு கப்பல் தளத்தின் கணிசமான பகுதியையோ வாடகைக்கு எடுத்துக் கொள்ளுதல் நலம் பயக்கும். இவ்வாறு வாடகைக்கு எடுத்துக் கொள்ளும் ஒப்பந்தம் தாங்கிய பத்திரம் "கப்பல் வாடகை ஒப்பாவணம்" அல்லது "கால ஒப்பந்தமாகவோ" இருக்கலாம். கப்பலை வாடகைக்கு எடுப்பவர் "ஒப்பந்ததாரர்". இது கப்பலையும் அதன் மாலுமிகளையும் ஒப்பந்ததாரரின் கட்டுப்பாட்டிற்குள் கொண்டுவருகிறது. கப்பல் தலைவர் மற்றும் மாலுமிகளின் செயல்களினால் மூன்றாம் நபர் பாதிக்கப்பட்டால் ஒப்பந்ததாரரே அதற்கு பொறுப்பாவார்.

3.வழிச்சீட்டு(Way Bill)

சாலைகள் வழியாக லாரிகளில் சரக்குகளைப் போக்குவரத்துச் செய்யும் தொழிலில் பல நிறுவனங்கள் ஈடுபட்டுள்ளன. அவை குறித்த தடங்களில் கால அட்டவணைப்படி லாரிகளை இயக்குகின்றன. அவை வாடகைக்காக எவருடைய சரக்குகளையும் ஏற்றிச் செல்ல முன்வரும் பொதுச் சரக்கேற்றிகளாகும்.

ரயில் நிலையங்களைப் போலவே, இந்நிறுவனங்களும் சரக்குகளைப் பெற்றுக்கொண்டு அனுப்பீடுசெய்நர் பெயரிலோ வழிச்சீட்டு வழங்குகின்றன. சேருமிடத்திலுள்ள அந்நிறுவனக் கிளையிடம் அனுப்பீடுபெறுநர் வழிச்சீட்டைச் சமர்ப்பித்துச் சரக்குகளை எடுத்துக் கொள்ளலாம்.

ரயில் இரசீது போலவே வழிச்சீட்டும் போக்குவரத்து செய்வதற்காகச் சரக்குகளைப் பெற்றுக்கொள்வதற்கான அறிவிக்கும் ஒப்புகைச் சீட்டாகும்.

போக்குவரத்து குறித்த ஒப்பந்தச் சான்றாகவும் அது செயல்படுகிறது. சரக்குரிமை ஆவணமாகவும் அது விளங்குகிறது. வழிச்சீட்டை மேலேழுதித் தருவதன்மூலம், அதில் குறிப்பிட்டுள்ள சரக்குகள் மீதான உரிமையைப் பிறருக்கு மாற்றித் தர இயலுகிறது. இருப்பினும், அது ஒரு மாற்றுமுறை ஆவணம் அன்று.

அனுப்பீடுபெறுநரோ, வழிச்சீட்டை வைத்திருக்கும் வேறொருவரோ அதை இழக்க நேரிட்டால், ஈட்டுறுதி முறி ஒன்று எழுதிக் கொடுத்து, போக்குவரத்து நிறுவனத்திடமிருந்து உரிய சரக்குகளை எடுத்துக் கொள்ளலாம்.

4. வான்வழி அனுப்பீட்டு ரசீது (Air Consignment Note)

வானூர்திகள் மூலம் பொருள்களை அனுப்பீடு செய்நர், வான்வழி அனுப்பீட்டு ரசீது தயார் செய்து சரக்கேற்றியிடம் அதைத்தருகிறார். இந்த ரசீது மூன்று அசல் படிகளில் தயாரிக்கப்படுகிறது. ஒரு நகலில் அனுப்பீடு செய்நர் கையெழுத்திட்டு அதன் மீது "சரக்கேற்றிக்கு" எனக் குறிக்கப்படுகிறது. இரண்டாம் நகலில் அனுப்பீட்டு செய்நர், சரக்கேற்றி ஆகிய இருவராலும் கையெழுத்திடப்பட்டு அனுப்பீடு பெறுநருக்காக என அதில் குறிப்பிடப்படும் (சரக்குகளோடு இது சேர்த்து அனுப்பப்படும்) மூன்றாம் நகலில் சரக்கேற்றியால் கையெழுத்திடப்பட்டு அனுப்பீடு செய்நருக்கு திரும்ப அளிக்கப்படுகிறது. இது வான்வழி சரக்கேற்றி பொருள்களைப் பெற்றுக் கொண்டமைக்கு ஆதாரமாக அமைகிறது.

5. இரயில் ரசீது (Railway Receipt)

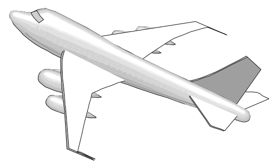
அனுப்பீடுசெய்நர் அவர் அனுப்ப விழையும் சரக்குகளோடு அனுப்புகைச் சீட்டு ஒன்று நிரப்பிக் கையொப்பமிட்டுத் தரும்பொழுது, அவற்றைப் பெற்றுக்கொள்ளும் இரயில் நிலைய அலுவலர் அவரிடம் இரயில் ரசீது தருவார். போக்குவரத்திற்காக இரயில் நிலையத்தால் சரக்கு பெற்றுக் கொண்டதை அறிவிக்கும் ஒப்புகைச் சீட்டாகும் (Acknowledgement) அது. அதன் வழியாக இரயில் நிலையத்தார் அச்சரக்குகளைச் சேருமிடத்திற்குக் கொண்டு செல்ல ஒப்புக்கொள்ளுகின்றனர். அது சரக்குரிமை ஆவணமாகவும் பணியாற்றுகிறது. அதில் கூறப்பட்டுள்ள சரக்குகளின் மீதான உரிமை அதை வைத்திருப்பாரைச் சேர்ந்தது என்பதை உணர்த்தும் பத்திரமாக (Document of title to goods) அது செயல்படுகிறது.

இரயில் நிலையத்தார் அனுப்பீடுசெய்நரின் விருப்பத்திற்கேற்ப அவர் பெயரிலோ அனுப்பீடுபெறுநரின் பெயரிலோ அதைத் தரலாம். அது அனுப்பீடு செய்நரின் பெயரில் தரப்பட்டிருந்தால் அவர் அதை அனுப்பீடு பெறுநருக்குச்

சாதகமாக மேலெழுதி (Endorsing) அனுப்பவேண்டும். இரயில் நிலையத்தாரிடமிருந்து பெறும்பொழுதே அதை அனுப்பீடுபெறுநரின் பெயரில் பெற்றிருத்தல் வேண்டும். அனுப்பீடுசெய்நர் செய்ய வேண்டுவதெல்லாம் அதை அனுப்பீடுபெறுநருக்கு அனுப்பி வைப்பதேயாகும். சேர வேண்டிய இடத்திலுள்ள இரயில் நிலையத்தாரிடமிருந்து சரக்குகளைப் பெற வேண்டுமாயின் இரயில் ரசீதை அவர்களிடம் சமர்ப்பிக்க வேண்டும்.

இரயில் ரசீது ஒரு சரக்குரிமை ஆவணம். ஆதலின், அதை மேலெழுதிக் கொடுப்பதன் மூலம் சரக்குகள் மீதான உரிமையைப் பிறருக்கு மாற்றித்தரலாம். சரக்குகள் போக்குவரத்து செய்யப்படும்பொழுதே, இரயில் ரசீதை ஒருவருக்கொருவர் மாற்றித் தருவதன் வழியாக, சரக்குகள் மீதான உரிமை மாற்றம் செய்யப்படுகிறது. இருப்பினும் அது ஒரு மாற்றுமுறை ஆவணம் (Negotiable Instrument) அன்று.

அனுப்பீடுபெறுநர் இரயில் ரசீதை இழக்க நேரிட்டால், அவர் இரயில் அதிகாரிகளிடம் ஈட்டுறுதி முறி (Indemnity Bond) ஒன்று எழுதிக்கொடுத்து சரக்குகளைப் பெற்றுக் கொள்ளலாம். ஈட்டுறுதி முறியின் வழியாக அவர் வேறு ஏதாவது அச்சரக்குகள் மீது உரிமை பாராட்டிக் கேட்டால் அதனால் இரயில் நிலையத்தாருக்கு எழும் இழப்பை ஈடு செய்வதாக இந்த உறுதியளிக்கின்றார்.



வினாக்கள்

I. சரியானவற்றை தேர்ந்தெடுத்து எழுதுக

1. கீழ்வரும் நான்கில் எது நில வழி போக்குவரத்தை சார்ந்தது?

   அ. முறைவழிக்கப்பல் ஆ. தொட்டிக்கப்பல் இ. பொதி விலங்குகள் ஈ. முறை வழியற்ற கப்பல்

2. கீழ்வருவனவற்றில் எது போக்குவரத்தின் வகையின் கீழ் வராது

   அ. கால்வாய்கள் ஆ. ஆற்றுப்போக்குவரத்து இ . மாட்டு வண்டிகள் ஈ. கப்பல் ரசீது

3. நீராவி என்ஜினை கண்டுபிடித்தவர் யார்?

   அ. ஜேம்ஸ்வாட் ஆ. கோபால் ஆர். பாட் இ. மோகினி சேதை ஈ. பி.கே. கோஸ்

4. சைக்கிள் ரிக்ஷா உலகத்தில் அறிமுகப்படுத்தப்பட்ட ஆண்டு ....

   அ) 1850 ஆ) 1847 இ) 1972 ஈ) 1867

5. இந்தியாவில் முதல் இரயில்வே தொடர்பு எந்த இரு நகரங்களுக்கிடையே ஏற்படுத்தப்பட்டது.

   அ. மும்பை – சென்னை ஆ) சென்னை–கொல்கத்தா

   இ. மும்பை – தேனா ஈ) டெல்லி – சென்னை

சரியான பதில்கள்

1. இ 2. ஈ 3. அ 4. ஈ 5. இ

II. கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக

1. யானைகள் காட்டு பகுதியில் பளுவான ----------- ஏற்றிச் செல்ல உதவுகிறது.
2. மோட்டார் போக்குவரத்து ---------- போக்குவரத்து மறைவதற்கு காரணமாக உள்ளது.
3. உள் நாட்டு போக்குவரத்து என்ற சொல் --என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.
4. கப்பல் இரசீது மேலும் -------- சேவையை செய்கிறது
5. வழிச்சீட்டு ஒரு ஒப்புகைச் சீட்டாகும். மேலும் இவை ------------ போக்குவரத்தில் பயன்படுகிறது.
6. வான்வழி அனுப்பிட்டு இரசீது -----பகுதிகளாக தயாரிக்கப்படுகிறது.

சரியான பதில்கள்

1. மரத்துண்டுகள்
2. டிராம்
3. செயற்கையான
4. சரக்கை பெற்றமைக்கான அதிகாரப்பூர்வமான ரசீதாக
5. ஒப்பந்தச் சான்றாகவும்
6. மூன்று

III. பொருத்துக

1.	கப்பல் இரசீது	–	1) குழாய் வழிப் போக்குவரத்து
2.	கப்பல் வாடகை ஒப்பாவணம்	–	2)சரக்கை பெற்றுக் கொண்டதற்கான அதிகாரப் பூர்வ இரசீது
3.	பாம்பேஹை (Bombayhigh)	–	3) மாட்டு வண்டிகள்
4.	கடல்போக்குவரத்து	–	4) பயண ஒப்பந்தம்
5.	நிலப் போக்குவரத்து	–	5) முறைவழிக்கப்பல்

சரியான பதில்கள்

1 (2) 2 (4) 3 (1) 4 (5) 5 (3)

IV சிறு வினாக்கள்

1. போக்குவரத்து – வரைவிலக்கணம் தருக.
2. போக்குவரத்தின் முக்கியத்துவம் யாவை?
3. போக்குவரத்தில் ஏதாவது இரு பொருளாதார பயன்பாடுகளை கூறு.
4. நிலம், நீர், மற்றும் வான்வழிப்போக்குவரத்து சிறு குறிப்பு வரைக.
5. நிலப் போக்குவரத்தின் நன்மைகள் கூறுக.
6. நீர் போக்குவரத்து என்றால் என்ன? மற்றும் அதன் வகைகளை சுருக்கமாக கூறுக.
7. வான்வழிப்போக்குவரத்தின் வகைகள் மற்றும் முக்கித்துவத்தைக் கூறுக?
8. கொள்கலனாக்கம் – வரைவிலக்கணம் தருக.
9. பொது சரக்கேற்றி – வரைவிலக்கணம் தருக.
10. தனிச்சரக்கேற்றி – வரைவிலக்கணம் தருக.

V. ஒருபக்க அளவில் விடையளி

1. போக்குவரத்தின் பொருளாதார பயன்பாடுகளை எடுத்துரைக்க.
2. வாணிபம் செய்வோருக்கு போக்குவரத்து எப்படி உதவிசெய்கிறது?
3. நிலப் போக்குவரத்து என்றால் என்ன? மேலும் அதன் வகைகளை கூறுக.
4. நீர் போக்குவரத்து என்றால் என்ன? அதன் வகைகளை கூறுக.
5. வான் வழிப்போக்குவரத்தின் தோற்றம் மற்றும் அதன் வகைகளை எடுத்துரைக்க.
6. பொதுச்சரக்கேற்றி மற்றும் தனிச்சரக்கேற்றி இவற்றில் உள்ள வேறுபாடுகளை கூறுக.
7. நிலம், நீர் மற்றும் வான்வழிப்போக்குவரத்தின் குறைபாடுகள் யாவை?

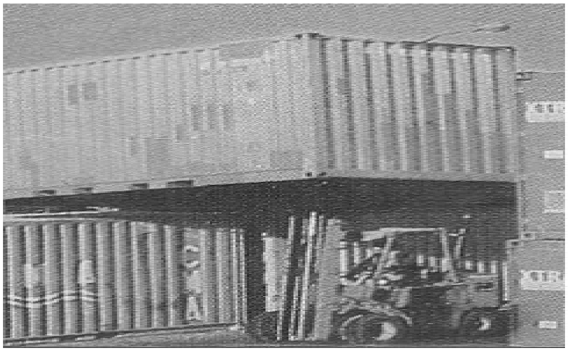
VI. கட்டுரை வினாக்கள்

1. கொள்கலனாக்கம் என்றால் என்ன? அதன் வகைகள் யாவை?
2. வாகனப்போக்குவரத்து என்றால் என்ன? அதன் வகைகள் யாவை?
3. நிலம், நீர், வான்வழிப்போக்குவரதின் வகைகளை விவரி.

பாடம் – 6

பண்டகக் காப்பு

அறிமுகம்: பண்டகக் காப்பு என்பது சந்தையியல் பணிகளில் ஒன்றாகும். காப்பகம் என்பது பொருட்களை பாதுகாக்கும் ஓர் இடமாகும். பண்டம் என்றால் பொருள் என்று அர்த்தம். சாலை என்றால் அதை பாதுகாப்பாக வைத்திருக்கும் இடம். பொதுவாக கிடங்குகள், மூலப்பொருட்கள் மற்றும் முடிவுப் பொருட்களை பாதுகாப்பதற்கு ஏதுவாக தொழிற்சாலைக்கு அருகில் அமைக்கப்பட்டிருக்கும். வைப்பிடம் (Storage) என்பது பொருட்களை வைத்திருக்கும் இடம் மட்டும் ஆகும். ஆனால் பண்டகக் காப்பிடம் என்பது சந்தைக்கு அருகில் அமைக்கப்பட்டு தரப்படுத்துதல், வகைப்படுத்துதல், கலக்குதல், கட்டுமானம் செய்தல் ஆகிய சந்தையியல் சம்பந்தமான பணிகளைக் குறிக்கிறது. ஆதலால், பண்டகசாலையை பொருட்களை வழங்கும் மையம் என்று கூறலாம். அறிவியல் தொழில்நுட்ப வளர்ச்சியானது பல்வேறு வகையான வகையில் பொருட்களை பாதுகாக்கும் முறைகளை முன்னேற செய்திருக்கிறது.



பண்டங்கள் பண்டகச்சாலைக்கு எடுத்து செல்லப்படுதல்.

பண்டகக் காப்பிடுதலின் தேவை:

பண்டகக் காப்பு காலத்தடைகளை விலக்குகிறது. பண்டகக்காப்பு இல்லையென்றால் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருட்கள் உபயோகமற்றதாக

ஆகிவிடும். மேலும் உற்பத்தி செய்வதற்கான ஊக்கமும் இல்லாமல் போய்விடும். கீழ்காணும் காரணங்கள் பண்டகக் காப்பிடுதலின் தேவைகளைக் காட்டுகிறது.

1. **பெருமளவு உற்பத்தி:** உற்பத்தியானது எதிர்கால தேவையை பொறுத்து அமைகிறது. பெருமளவு உற்பத்தி பெரிய தொழிற் சாலையும், இயந்திரங்களையும் நிர்மாணிப்பதன் மூலம் நடைபெறுகிறது. இப்பொருள்களுக்கான சந்தைகள் தேசமெங்கும் பரவியுள்ளன. பல்வேறு மையங்களின் தேவைகளை உடனடியாக பூர்த்தி செய்வதற்காக பண்டகக் காப்பகங்களை பல்வேறு இடங்களில் அமைக்க வேண்டியுள்ளது.

2. **பண்டங்களின் தன்மை:** சில பண்டங்கள் விரைவில் அழுகும் தன்மையுள்ளதால், அவ்வப்போது உடனடியாக நுகரப்பட வேண்டியுள்ளது. இவ்வகையான பொருட்களை குளிர்பதன வைப்பிடத்தில் வைத்திருப்பதால் ஓரளவு நுகர்வு காலத்தை நீட்டிக்க முடிகிறது. (உ.ம்) பழங்கள், காய்கறிகள், முட்டை, வெண்ணெய்.

3. **பருவகால உற்பத்தி ஆனால் தொடர்நுகர்வு:** பெரும்பாலான பொருட்கள் உ.ம். கோதுமை, சர்க்கரை, தானியங்கள் ஆகியவை சில குறிப்பிட்ட பருவகாலங்களில் மட்டுமே உற்பத்தி செய்யப்படுகிறது. ஆனால் இவற்றின் நுகர்வோ வருடம் முழுவதும் தொடர்ந்து உள்ளது. இவற்றிற்கு காப்பிடங்கள் இல்லாவிட்டால், அவைகள் கெட்டுப்போய் வீணாகி விடுகின்றன. இதனால் பருவகாலமில்லாத காலங்களில் கிடைப்பது மிக அரிதாகி விடுகிறது. ஆதனால், தகுந்த இடங்களில் இவற்றிற்கு பண்டகக்காப்பிடங்கள் அவசியமாகின்றது.

4. **தொடர் உற்பத்தி ஆனால் பருவகால நுகர்வு:** பருவகாலங்களில் மிகுந்த தேவையை எதிர்பார்த்து சில பொருட்கள் தொடர்ந்து உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றது. (உ.ம்) ஆயத்த ஆடைகள், போர்வைகள், மின்விசிறிகள். எனவே இவ்வகையான பொருட்களின் மிகுந்த தேவையை பூர்த்தி செய்வதற்காக வைப்பிடங்கள் தேவைப்படுகின்றன.

5. **உற்பத்தி மையங்களுக்கு அருகாமை:** பொருட்களை தகுந்த நேரத்திலும், தடங்கள் இல்லாமலும் வழங்குவதற்காக பல்வேறு இடங்களில் காப்பகங்கள் தேவைப்படுகிறது. இதற்காக மொத்த வியாபாரிகள் மற்றும் சில்லரை வியாபாரிகளுக்கு கிடைக்கும் வண்ணம் பல்வேறு இடங்களில் காப்பகங்கள் அமைந்துள்ளன. பண்டக காப்பிடங்களுக்கு பொருட்கள் தொடர்ந்து வழங்கப்படுகின்றன. பிறகுஇவைகள் நுகர்வோருக்கு விற்கப்படுகின்றன.

6. பெருமளவு உற்பத்திக்காக மூலப்பொருட்களை வைத்திருத்தல்: தொடர்ந்து பெருமளவு உற்பத்தியை நடத்துவதற்காக, சில மூலப்பொருட்களை, தயார்நிலையில் வைத்திருக்க வேண்டியுள்ளது. எனவே, அவ்வகையான மூலப்பொருட்கள், தேவைப்படும்போது உற்பத்தி மையங்களுக்கு வழங்கப்படுவதற்காக காப்பிடங்களில் வைக்கப்படுகிறது.

7. குறைந்தபட்ச பொருள்வைப்பு: உற்பத்தி தடங்கல் இன்றி நடப்பதற்காகவும் பொருட்கள் கிடைக்காமல் போகும் அபாயத்தை தவிர்ப்பதற்காகவும், குறைந்த பட்ச அளவாவது பொருட்களை காப்பிட வேண்டியது அவசியம். எனவே, பண்டககாப்பகங்கள் தேவைப்படுகிறது.

8. யூகவணிகத்திற்காக வைப்பிடுதல்: அதிகவிலை கிடைக்க வேண்டும் என்பதற்காக பொருட்கள் வைப்பிடத்தில் வைக்கப்படுகின்றன. விலையில் ஏற்படும் ஏற்றத்தாழ்வுகளை பயன்படுத்தி இலாபம் அடையும் நோக்குடன், இவைகள் காப்பிடத்தில் வைத்திருக்கப்படுகின்றன.

பண்டகசாலை மற்றும் பண்டக சாலையிடுதல் – பொருள்:

1. பண்டகசாலை: சில குறிப்பிட்ட பொருட்களை பிரத்யேகமாக பாதுகாக்கும் இடமாக பண்டகசாலை அமைகிறது. ஸ்டீபன்சன் என்பவரின் கருத்துப்படி, "பண்டகசாலை என்பது பொருட்களை வைத்திருக்கும் அல்லது தேக்கி வைக்குமிடமாகும்" எதிர்கால தேவைக்காக பொருட்களை பாதுகாப்பாக வைத்திருக்குமிடமே பண்டகசாலை ஆகும். வைத்திருக்க வேண்டிய பொருட்களின் தன்மையைப் பொருத்து பண்டகசாலையின் அமைப்புகள் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. பழங்கள், அழுகும் தன்மையுள்ள பொருட்கள் இவைகளைப் பாதுகாக்க குளிர்பதன காப்பகங்கள் தேவைப்படுகிறது. சில மருந்து பொருட்களை குறிப்பிட்ட வெப்பநிலையில் வைத்திருக்க காப்பகம் தேவைப்படுகிறது.

பெட்ரோல், ஆயில், கரும்பின் கழிவு பொருட்கள் போன்ற திரவங்களை வைத்திருக்க பெரும் தொட்டிகள் தேவைப்படுகிறது. ஆனால் பார்லி, பருப்பு வகைகள் போன்ற தானியங்களுக்கு காற்றோட்டமுள்ள அரங்குகள் தேவைப்படுகிறது. சிலசமயங்களில் விற்பனை நடக்குமிடம் கிடங்கு அல்லது வைப்பிடம் என்று அழைக்கப்படுகிறது.

2. பண்டகசாலையிடுதல்: உடனடியாக தேவைப்படாத பொருட்களை கெடாமல் பாதுகாப்பதற்கான செயலையே பண்டகசாலையிடுதல் எனலாம். எனவே, வைப்பிடுதலுக்கான வசதிகளை வழங்கும் ஒரு இடத்தையே குறிக்கிறது. பண்டகசாலையிடுதலின் நோக்கம் தரத்திலும் எண்ணிக்கையிலும் பொருட்களை

கெடாமல் பாதுகாப்பதுதான். இது காலப்பயன்பாட்டை உருவாக்குகிறது.

பண்டகசாலையிடுதலின் பணிகள்: பண்டகசாலையிடுதல் மனித சமுதாயத்திற்கு விலைமதிப்பற்ற சேவைகளை பின்கண்ட பணிகளை செய்வதன் மூலம் வழங்குகிறது.

1. பொருட்களை பாதுகாத்தல்: சூரிய வெளிச்சம், தூசி, மழை போன்றவற்றிலிருந்து பொருட்களைப் பாதுகாப்பதற்காக தகுதியான அலமாரி, கொள்கலன், சாக்குப்பைகள் இவைகளில் சேமிப்பதன் மூலம் அவை கெடாமல் பாதுகாக்கப்படுகிறது. இவ்வாறு மனிதர்களாலும், இயற்கையாலும் ஏற்படக்கூடிய அபாயங்களிலிருந்து பொருட்களை பாதுகாக்கிறது. தகுந்த பாதுகாப்பு ஏற்பாடுகள் செய்யப்படுவதால், பொருட்கள் திருட்டுப்போவது தடுக்கப்படுகிறது. தீ விபத்திலிருந்து பொருட்களை காப்பாற்ற தீ தடுப்பு உபகரணங்கள் உடனடி நிலையில் தயாராக வைக்கப்படுகின்றன.

2. விலைகளை நிலைப்படுத்துதல்: தேவைப்படும்பொழுது பொருட்களின் சீரான வழங்கல்களை பண்டக காப்பிடங்கள் உறுதிசெய்கிறது. இவ்வாறாக விலைகளை கட்டுப்படுத்துவதற்கு இது உதவுகிறது. இப்பணி இல்லையெனில் கடுமையான விலை ஏற்றத்தாழ்வுகளினால், உற்பத்தியாளர்களும், வியாபாரிகளும் பாதிக்கப்படுவதுடன், சீரான பொருள் வழங்கல் இல்லாமல் போய்விடும். சந்தையில் ஏற்படும் விலை ஏற்றத்தாழ்வுகளை கட்டுப்படுத்தி சமன் செய்யும் ஒரு கருவியாக செயல்படுவதுடன், ஆண்டு முழுவதும் ஏறத்தாழ ஒரே விலையில் பொருட்கள் கிடைக்குமாறு செய்கிறது.

3. பொருட்களை வைப்பிடுதல்: உற்பத்தியாகும் காலமும் அவற்றின் நுகர்வுகாலமும் வேறுபடுகின்றன. மேலும், உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருட்களின் அளவும் வேறுபடுகின்றன. இவ்வேறுபாடு காரணமாக ஏற்படும் மிகுதியான பொருட்கள் எங்கு, எப்போது தேவையோ, அங்கு அப்போது வழங்கப்படுவதற்காக, பாதுகாப்பாக வைக்கப்படுகிறது.

4. தேவையையும், வழங்களையும் சமன்படுத்துதல்: சந்தையில் தேவைப்படாத பொருட்கள் சந்தையிலிருந்து திரும்பப் பெறப்பட்டு, சந்தையில் எப்போது தேவைப்படுகிறதோ, அப்போது வழங்குவதற்காக பாதுகாப்பாக வைக்கப்படுகிறது. பருவகாலங்கள் அற்ற காலங்களிலும் நுகர்வோர் தொடர்ந்து பொருட்களை பெற உதவுகிறது. பஞ்சம் மற்றும் பற்றாக்குறை காலங்களில் ஏற்படும் அதிக தேவையை சந்திப்பதற்காக அரசு, உணவு தானியங்களை சிறந்த முறையில் பண்டகசாலையில் சேமித்து வைக்கிறது.

5. வியாபார நிதி பெற வகைசெய்தல்: பண்டகசாலையில் வைக்கப்பட்ட பொருட்களின் அடிப்படையில், அப்பொருட்களை வைத்திருப்பவர்

பண்டகசாலை வழங்கிய ரசீதின் அடிப்படையில் வங்கிகளிலிருந்தும், பிற நிதி நிறுவனங்களிடமிருந்தும் நிதியுதவி பெற உதவுகிறது.

6. விற்பனைக்கான முன்னேற்பாடு: பொருட்களை சந்தையிடுவதற்கு ஏற்ப நவீனகால பண்டகசாலைகள் பொருட்களை வகைப்படுத்துதல், கட்டுமானம் செய்தல், சின்னமிடுதல் ஆகிய பணிகளை செய்கின்றன. எனவே பண்டக சாலைகள் பொருட்கள் சந்தையில் இடுவதற்கு தகுதியானவையாக செய்யும் பணியை பண்டகசாலைகள் மேற்கொள்கின்றன.

7. வாங்குவோருக்கு வழங்குதல்: விற்கப்பட்ட பொருட்கள் வாங்குவோரின் இடத்திற்கே கொண்டு செல்லப்படத் தேவையில்லை. விற்பனையாளர் வாங்குபவரின் பெயரையும், இடத்தையும் குறிப்பிட்டு வழங்கல் ஆணையை பண்டகசாலை பொறுப்பாளருக்கு கொடுத்தாலே போதுமானது.

8. சந்தை வரம்பை விரிவாக்குதல்: சரக்குகளை பல்வேறு சந்தைகளில் விற்பதற்கு, உற்பத்தியாளர் பண்டகசாலைகளையும் தேவைப்படும் இடங்களில் வாடகை பண்டகசாலைகளையும் பயன்படுத்துகிறார். இவ்வாறு, பண்டகசாலையிடுதல் சந்தை விரிவாக்கத்திற்கு உதவிபுரிகிறது.

9. உற்பத்தியில் கவனம்: பொருட்களை காப்பிடுதல் பிரச்சினையிலிருந்து உற்பத்தியாளர் விடுதலை பெறுகிறார். அவர் தனக்கென்று சொந்தமான காப்பிடம் வைத்துக்கொள்ளத் தேவையில்லை. பண்டகசாலை பொறுப்பாளர்கள் எல்லாவிதமான சிறப்பான சேவைகளையும் தருகிறார்கள். எனவே, உற்பத்தியாளர்கள் உற்பத்தியில் மட்டுமே கவனம் செலுத்த வகை செய்கிறது.

10. பொருட்களை தகுதியாக்குதல்: பாலாடைக்கட்டி, புகையிலை, மரம் போன்ற பொருட்களின் தரம், ருசி, நீடித்த உபயோகம் இவற்றை உயர்த்த பண்டகசாலைகள் பல்வேறு பணிகளை மேற்கொள்கின்றன.

11. பிற பணிகள்: பண்டகசாலையிடுதல் வேலைவாய்ப்புகளை தருவதுடன், நுகர்ச்சி மிக அதிகமான காலங்களில் அவசர போக்குவரத்தை தவிற்கிறது. சந்தையிடும் முறையை எளிதாக்கி மக்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தை உயர்த்துவதுடன் வாங்குபவர்களுக்கு சேவைகளையும் செய்கிறது.

12. இடர்களை ஏற்றல்: பொருட்கள் பழுதாவதால் உரிமையாளர்களுக்கு ஏற்படும் இழப்பை பண்டகசாலைப் பொறுப்பாளர் ஈடு செய்கிறார்.

பண்டகசாலையின் வகைகள்:

பண்டக காப்பகங்களின் உரிமையாளர்கள் அடிப்படையில் பண்டக காப்பகங்களை கீழ்க்கண்டவாறு பிரிக்கலாம்.

1. தனியார் பண்டகசாலை
2. பொது பண்டகசாலை
3. கூட்டுறவு பண்டகசாலை

பண்டக காப்பகங்கள் வழங்கும் சேவையின் அடிப்படையில் கீழ்கண்ட வகைகளாகப் பிரிக்கலாம்:

1. பிணைய காப்பு பண்டகசாலை
2. பொதுப்பொருள் பண்டகசாலை
3. சிறப்புப்பொருள் பண்டகசாலை
4. குளிர்பதன பண்டகசாலை
5. திறந்தவெளி அல்லது வயல்வெளி கிடங்கு
6. வீட்டு உபயோகப்பொருள் பண்டகசாலை
7. தானிய தூக்கிகள்
8. முற்ற சேமிப்பு கிடங்கு
9. நிறுவன முறை பண்டகசாலை

உரிமையாளர் அடிப்படையில் பண்டகசாலைகளின் வகைகள்:

1. தனியார் பண்டகசாலை: தங்கள் சொந்த பொருட்களை வைத்திருப்பதற்காக தனிநபர்கள் பண்டகசாலைகள் வைத்திருக்கிறார்கள். உதாரணமாக பெரியளவு உற்பத்தியாளர்கள், மொத்த வியாபாரிகள் மற்றும் ஏல விற்பனையாளர் ஆகியோர், தொடர்ந்து சீராக பொருட்களை வழங்குவதற்காக தங்களுடைய சொந்த பண்டகசாலைகளை வைத்திருக்கிறார்கள். எல்லாவிதமான செலவுகளையும் நஷ்டங்களையும் அவர்களே ஏற்றுக் கொள்கின்றனர். பெருமளவு மற்றும் நிலைத்த, தொடர்ந்த விற்பனையை கொண்டிருப்பவர்களுக்கு மட்டுமே இம்மாதிரியான பண்டகசாலைகள் வைத்திருப்பது சாத்தியப்படுகிறது.

2.பொது பண்டகசாலை: சில்லறை வியாபாரிகள், மொத்த வியாபாரிகள், பொருள் இருப்பு (Stockist) வைத்திருப்போர் மற்றும் பொதுமக்களுக்கு வைப்பிடுதல் சேவை செய்வதற்காக தொடங்கப்பட்டுள்ளன. இவ்வகை

பண்டகசாலைகளில் வைப்பிட்ட பொருட்களுக்கு வாடகை பெறுவதுடன் பார்வையிடுதல், கட்டுமானம் செய்தல், கப்பலில் ஏற்றுதல் மற்றும் பட்டியல் தயாரித்தல் போன்ற சேவைகளுக்கு சேவைக்கட்டணமும் பெறுகின்றன. இவை இருப்புபாதை மற்றும் நெடுஞ்சாலைகள் உள்ள முக்கியமான இடங்களில் அமைக்கப்படுகின்றன.

3. **கூட்டுறவு பண்டகசாலை:** இவ்வகை பண்டகசாலைகள் உறுப்பினர்கள் மற்றும் உறுப்பினரல்லாதோரின் வசதிக்காக அமைக்கப்படுகிறது. ஆர்வமுள்ளவர்கள் இவ்வித கூட்டுறவு சங்கங்களை ஏற்படுத்தி உறுப்பினர்களாகின்றனர். உபயோகப்படுத்தப்படும் இடம், தன்னிலமற்ற மேலாண்மை உறுப்பினர்களின் பொறுப்புடன் நடக்கும் தன்மை, பண்டகசாலையின் நிதிநிலைமை இவைகளை பொறுத்தே திறமைகள் மாறுபடுகின்றன.

சேவையின் அடிப்படையில் பண்டகசாலைகளின் வகைகள்:

1. **பிணைய காப்பு பண்டகசாலை:** இவ்வகை பண்டகசாலைகள் அரசிடம் உரிமம்பெற்று பண்டங்களை பிணையத்தின் அடிப்படையில் காப்பகங்களில் வைத்திருந்து கொடுக்க, ஏற்றுக் கொள்ளப்படுகிறது. இறக்குமதி செய்யப்பட்ட சரக்குகள் சுங்கவரி கட்டும் வரை பண்டக காப்பகத்தில் வைத்திருக்கப்படுகின்றன. சுங்கவரி கட்டிய பிறகுதான் பண்டகசாலையிலிருந்து சரக்குகள் எடுத்துச்செல்ல அனுமதிக்கப்படும். இவ்வகை பண்டகசாலைகள் துறைமுகத்தின் அருகில் அமைக்கப்பட்டிருக்கும். அரசாங்க பிணைய காப்பு பண்டகசாலைகளாக இருப்பின் சுங்க அதிகாரிகளின் நேரடி கட்டுப்பாட்டின் கீழ் இப்பண்டகசாலைகள் வந்துவிடும். பொருட்களின் உரிமையாளர்கள் பொருட்களை ஆய்வு செய்யவும், ஜாடிகளில் அடைத்தல், பெயர் மற்றும் முத்திரை பதித்தல், பொருட்களை ஒன்றுடன் ஒன்று கலக்குதல் ஆகியவற்றை செய்யவும் அனுமதி அளிக்கப்படுகிறது.

2. **பொதுபொருள் பண்டகசாலை:** சிறப்பாக பாதுகாக்கப்படவேண்டிய பொருட்களைத் தவிர மற்ற பொருட்கள் யாவும் இப்பண்டகசாலையில் இட்டு வைக்கப்படும். எனவே, இப்பண்டகசாலைகளை சுருக்கமாக இளைப்பாறுமிடம் எனவும் கூறலாம். இவ்வகை பண்டகசாலைகளை உற்பத்தியாளர்கள், மொத்த மற்றும் சில்லரை விற்பனையாளர்கள் பயன்படுத்திக் கொள்கின்றனர்.

3. **சிறப்பு பொருள் பண்டகசாலை:** இவ்வகை பண்டகசாலைகள் புகையிலை, பருத்தி, கம்பளி ஆகிய சிறப்பான பொருட்கள் பாதுகாப்பாக வைக்கப்பட வேண்டி அதற்கென்றே பிரத்யேகமாக கட்டப்பட்டு பயன்படுத்தப்படும்.

4. **குளிர்பதன பண்டகசாலை:** சிலவிதமான பொருட்கள் எதிர்கால நுகர்வுக்காக குளிரூட்டத்தில் வைத்திருக்க வேண்டியுள்ளது.
உ.ம். பழங்கள், மீன், இறைச்சி, முட்டை.

5. **திறந்தவெளி கிடங்கு (Field godowns):** இவ்வகை கிடங்குகள் அமெரிக்காவில் அதிக வரவேற்பு பெற்றிருக்கிறது. வங்கிகளிடமிருந்து நிதி உதவி பெறுவதற்காக இவ்வகை காப்பகங்களில் தொழில் வல்லுநர்கள், மொத்த மற்றும் சில்லறை வியாபாரிகள் பொருள்களை இட்டு வைக்கின்றனர். பொருட்கள் அதற்கென ஒதுக்கப்பட்ட அறையில் வைக்கப்பட்டு அதன் உரிமையை பொது பண்டக காப்பாளரிடம் ஒப்படைக்கப்படுகிறது. அவர் பொருள் ஒப்படைவு செய்தபின் ரசீதை வழங்குகிறார். இந்த ரசீதை பயன்படுத்தி வங்கியில் நிதி உதவி பெற முடியும்.

6. **வீட்டு உபயோக பொருட்கள் பண்டகசாலை:** இச்சிறிய வைப்பகத்தில் ஒரு சிறிய குடும்பத்தின் தேவைக்கு மிகுதியான பொருட்கள் பாதுகாப்பாக வைத்திருக்கப்படுகிறது. கிராமப்புறங்களில் விவசாயிகள் தங்களது எதிர்காலத் தேவைக்குப் பாதுகாப்பாக விவசாயப் பொருட்களை வைத்திருக்கின்றனர். இம்மாதிரியான பாதுகாப்புகளை வீட்டு உபயோகப் பொருள் பாதுகாப்பு என்கிறோம்.

7. **தானிய தூக்கிகள் (Grain elevator):** இது ஒரு நவீனமுறை பண்டக பாதுகாப்பாகும். இம்முறை அமெரிக்கா மற்றும் யு.கே. நாடுகளில் அதிக வரவேற்பு பெற்றுள்ளது. இம்முறையில் மிக அதிக அளவு தானியங்கள், தானிய தூக்கிகளில் பாதுகாப்பாக வைக்கப்படுகிறது.

8. **முற்ற சேமிப்பு கிடங்கு (Yard storage):** இரும்பு, மூங்கில் போன்ற சீதோஷ்ண நிலையில் அழுகாமல் இருக்கக் கூடிய பொருட்கள் இவ்வகை சேமிப்புக்கிடங்குகளில் பாதுகாப்பாக வைக்கப்படுகின்றன. இக்கிடங்குகள் திறந்தவெளியில் சுற்று சுவர் ஏற்படுத்தப்பட்டு கிடங்குகளில் உள்ள பொருட்கள் பாதுகாக்கப்படுகின்றன.

9. **நிறுவனமுறை பண்டகசாலை:** ஒவ்வொரு நிறுவனமும் செய்யும் வேலையின் தன்மையைப் பொறுத்து அந்நிறுவனங்கள் பண்டகசாலைகளை வைத்திருக்கிறது. இந்திய உணவு கழகம், வங்கிகள், இருப்பு பாதைபோக்குவரத்துகள், இன்றும் பலர் இவ்வகையான பண்டகசாலைகளை தனது அன்றாட வேலைகளை செவ்வனே செய்ய வைத்துள்ளனர். பின்வருபவை நிறுவனமுறை பண்டகசாலைகளாகும்:

அ) இந்திய உணவு கழகம் பண்டகசாலை **(Food corporation of India):** இந்திய அரசின் கட்டாயக் கொள்கையின்படி உணவு தானியங்கள் விவசாயிகளிடமிருந்து குறித்த விலைக்கு எடுத்துக் கொள்ளப்பட்டு பண்டகசாலையில் வைக்கப்படுகிறது. இதனால் விவசாயிகளுக்கு நியாயமான விலைகள் கிடைக்கிறது. இது விவசாயிகளுக்கு எதிர்வரும் பருவத்திற்கு விவசாயபொருட்களை உற்பத்தி செய்ய ஊக்கமளிக்கிறது. குறைந்தபட்ச அளவு சரக்குகளை பண்டகசாலையில் பாதுகாப்பாக வைத்திருப்பதால் நுகர்வோருக்கு அதிக விலையினால் பாதிப்பு ஏற்படாவண்ணம் காக்கிறது.

ஆ) அரசு பண்டகசாலை: மத்திய, மாநில அரசின் பிரத்யேக உபயோகத்திற்காக இவ்வகை பண்டகசாலைகள் உருவாகின்றன.

இ) வங்கி கிடங்குகள்: வங்கியில் கடன் பெறும்பொருட்டு அடமானம் வைக்கப்பட்ட பொருள்கள் இவ்வகைப்பட்ட கிடங்குகளில் பாதுகாப்பாக வைக்கப்படுகின்றன.

ஈ) இருப்புப்பாதை போக்குவரத்து பண்டகசாலை: இருப்புப்பாதைகள் வழியாக போக்குவரத்தை மேற்கொண்டு பொருள்களை வெவ்வேறு இடங்களுக்கு அனுப்ப ஏதுவாக ரயில்வே பண்டகசாலையில் பொருட்கள், போய் சேரவேண்டிய இடத்திற்கு அனுப்பும் வரை பண்டகசாலையில் வைக்கப்பட்டிருக்கின்றன.அவ்வாறு இறக்கி வைக்கப்பட்ட பொருட்கள் அதற்குரிய உரிமையாளர் வந்து எடுத்துச் செல்லும் வரை பண்டகசாலையில் பாதுகாப்பாக வைத்திருக்கப்படுகிறது.

பண்டகசாலையின் பயன்கள்:

1. வியாபாரி தனது கடையில் பொருட்களை இட்டு வைக்கும் இடம் போதாததால் இவ்வகை கிடங்குகள் அவர்களின் பொருள்களை பாதுகாப்பாக வைத்திருக்க உதவுகிறது.

2. அதிக அளவு பொருட்களை இறக்கி வைத்து பண்டகசாலையில் பாதுகாப்பாக வைத்திருப்பதால், பகிர்ந்தளித்தல் செலவை (Distribution cost) குறைக்கிறது. மேலும், வியாபாரிகள் தங்களது கடைகளுக்கு தேவையான பொருட்களை சிறுக சிறுக எடுத்துக்கொள்ளும் வசதியையும் அளிக்கிறது.

3. விற்பனை இடத்திற்கு அருகிலேயே பண்டகசாலைகள் அமைக்கப்படுவதால் வாடிக்கையாளருக்கு குறைந்த செலவில் சேவைகள் செய்யப்படுகின்றன.

4. சிலவகை பண்டகசாலைகள் மறைமுக நிதி உதவி அளிக்கிறது. எடுத்துக்காட்டாக, தாங்கள் செலுத்தும் சுங்கவரி அளவுக்கு உண்டான பொருள்களை பிணைய காப்பகங்கள் ஒப்படைக்கும் வசதியைத் தருகின்றன.

5. பொருட்களை வைத்திருந்து வெவ்வேறு இடங்களுக்கு மாற்றம் செய்வதன் மூலம் பண்டகசாலைகள் விலை ஏற்றத் தாழ்வுகளை கட்டுப்படுத்துகிறது.

6. வழங்கல் வழிகளை (Channel distribution) தீர்மானிக்க பண்டகசாலைகள் உதவிகரமாக இருக்கிறது. எடுத்துக்காட்டாக, உற்பத்தியாளர் சொந்த பண்டகசாலை வைத்திருக்கும் மொத்த அல்லது சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு முன்னுரிமை அளிக்கிறார். இதனால் வழங்கல் வழி தீர்மானம் ஏற்படுகிறது.

7. தடங்கல் இல்லா விற்பனை நடக்க பண்டகசாலைகள் உதவுகிறது. இதன் மூலம் "பொருள் இல்லை" (Out of Stock) என்ற நிலை ஏற்படாமல் தவிர்க்கப்படுகிறது.

பண்டககாப்பு ஆவணங்கள்:

கீழ்கண்ட ஆவணங்கள் பண்டகசாலை சம்பந்தமான பணிகளில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

1) பண்டகசான்றானை **(Warehouse warrant):** இவ்வகை ஆவணங்கள் பண்டகசாலை காப்பாளரால் பண்டங்களின் உரிமையாளர்களுக்கு வழங்கப்படுகிறது. இது பொருளின் உரிமையை உறுதிப்படுத்தும் ஆவணம். இவ்வாவணத்தை மேலெழுதி மற்றவருக்கு கொடுப்பதன் மூலம் சுலபமாக உரிமை மாற்றம் செய்யலாம். எல்லா பண்டங்களையும் உரிமை மாற்றம் செய்வதற்கு ரசீது போதுமானது. ஆனால், ஒரு பகுதி பண்டம் மட்டும் உரிமை மாற்றம் செய்ய வழங்கும் ஆணை தேவைப்படுகிறது. வழங்கும் ஆணையுடன் பண்டக ரசீது இணைக்கப்பட வேண்டும். பகுதியளவு பண்டங்கள் மாற்றம் செய்யப்பட்டபின், ரசீதில் தகுந்த பதிவுகள் செய்யப்பட்டு பின் உரிமையாளருக்கு வழங்கப்படுகிறது.

2) கப்பல் சான்றாணை: கப்பலில் சரக்குகளை ஏற்றுவதற்காக துறைமுகத்தில் ஒதுக்கப்பட்ட இடத்திற்கு பெயரே "சரக்கு ஏற்றும் துறை" (Dock) எனப்படும். துறைமுக அதிகாரிகளால் இது வழங்கப்படும். இவ்வாவணம் உரிமை மாற்றத்தை ஏற்படுத்தவல்ல ஆவணமாகும். துறைமுக அதிகாரிகள் தங்களிடத்தில் ஒப்படைக்கப்பட்ட பொருள்களுக்கு கொடுக்கப்படும் அத்தாட்சியே இவ்வாவணமாகும். சரக்குகளை பெற்றுக்கொள்ள இவ்வாவணத்தை அவர்களிடம் கொடுக்க வேண்டும். சரக்கை பெரும் உரிமையை மூன்றாவது நபருக்கு மாற்றிக் கொடுக்கலாம்(Assignment).

3) கப்பல் ரசீது: துறைமுக அதிகாரிகள் சரக்குகளை பெற்றுக் கொண்டதற்கான அத்தாட்சியாக இவ்வாவணம் சரக்கின் உரிமையாளர்களுக்கு வழங்கப்படுகிறது. இது உரிமை மாற்றத்தை ஏற்படுத்தக்கூடிய ஆவணமல்ல. ஆகவே, பொருட்களை பெறும் உரிமையை மற்றவருக்கு மாற்றம் செய்ய இயலாது.

4) வழங்கு ஆணை: சரக்குளை இட்டு வைத்தவர் வழங்கு ஆணையில் குறிப்பிட்டுள்ள நபருக்கோ அல்லது வழங்கு ஆணையை கொணர்பவருக்கோ குறிப்பிட்ட சரக்குகளை வழங்குமாறு பண்டகசாலை காப்பாளருக்கு பிறப்பிக்கப்படும் ஆணையே வழங்கு ஆணையாகும். பண்டக காப்பாளர் வழங்கு ஆணையில் குறித்தபடி சரக்குகளை வழங்குகிறார். இந்த ஆவணத்தின் மூலமாக உரிமைமாற்றம் நிகழ்கிறது.

5) பண்டக காப்பாளரின் ரசீது: இது பண்டக காப்பாளரால் வழங்கப்படும் ஒரு அத்தாட்சி பத்திரம். இப்பத்திரம் பண்டக காப்பாளருக்கும், பொருளின் உரிமையாளருக்கும் இடையேயுள்ள உடன்பாட்டைக் குறிக்கிறது. இது உரிமை மாற்றத்தை நிகழ்த்தும் ஆவணம் அல்ல. மேலும் இவ்வாவணம் மாற்றத்தக்கதல்ல. பண்டக காப்பாளர் சரக்கை இட்டு வைத்தவரிடமிருந்து வழங்கு ஆணை பெற்ற பின்பே சரக்கை வழங்குவார். வழங்கு ஆணை இட்டு வைத்த அனைத்து பொருட்களுக்குமோ அல்லது ஒரு பகுதி பொருளுக்கோ வழங்கப்படலாம்.

பண்டக பற்று முறிவு பத்திரத்திற்கும் பண்டக ரசீதிற்கும் உள்ள வேறுபாடுகள் :

வ. எண்	பண்டக பற்று முறிவு பத்திரம்	பண்டக ரசீது
1.	சரக்கை பெற்று கொண்டதற்கான ஒரு அத்தாட்சி மட்டுமே	சரக்கை பெற்று கொண்டதற்கான அத்தாட்சி மட்டுமல்லாது சரக்கை பெறுவதற்கான அதிகாரத்தை தரும் ஒரு ஆவணமாகும்
2.	உரிமை மாற்றத்தை ஏற்படுத்தும் ஆவணமல்ல	உரிமை மாற்றத்தை ஏற்படுத்தும் ஆவணமாகும்
3.	மற்றவருக்கு இதை மாற்ற முடியாது வங்கிகளில் நிதி உதவி பெறுவதற்காக	இதை மாற்றித்தர இயலும் வங்கிகளில் நிதி உதவி பெறுவதற்காக
4.	இதை பிணையமாக வைக்க முடியாது	இதை பிணையமாக வைக்க முடியும்
5.	இதையும், அதிகார கடிதத்தையும் சரண் செய்வதன் மூலம் சரக்குகளை மாற்றம் செய்து கொள்ளலாம்	புறக்குறிப்பு செய்து சரண் செய்தால் சரக்குகளை மாற்றம் செய்யலாம். இங்கு அதிகார கடிதம், மாற்றத்திற்கு தேவையில்லை

இந்தியாவில் பண்டக காப்பகங்கள்:

இந்தியா விவசாயத்தை நம்பியுள்ள நாடு. ஆனால் 1950 வரை பண்டக காப்பகங்களின் முக்கியத்துவம் உணரப்படவில்லை. போதுமான அளவு பண்டக காப்பு வசதிகள் இல்லாததால் அறுவடைக்குப்பின் ஏற்படும் இழப்பு, மொத்த உற்பத்தியில் 10 சதத்திற்கும் அதிகமாக இருப்பதாக பாஸ் கமிட்டி கணித்துள்ளது. அகில இந்திய கிராமப்புறகடன் கணக்கீட்டுக் குழுவின் (All India Rural Credit Surbey Comittee) பரிந்துரையின் அடிப்படையில், விவசாய பண்டக (வளர்ச்சி மற்றும் பண்டககாப்பு) கழகச்சட்டம் 1956, தேசிய கூட்டுறவு வளர்ச்சி மற்றும் பண்டகசாலை வாரியம் அமைக்க அரசுக்கு அதிகாரம் வழங்கியது. விவசாய கூட்டுறவு சங்கங்கள் மற்றும் பண்டகசாலைகளை உருவாக்கி வளர்ச்சியடைய செய்வதே இதன் நோக்கமாகும்.

மத்திய பண்டக காப்பக கழகம் 1957–ல் நிறுவப்பட்டது. இச்சட்டம் மாநில பண்டக காப்பக கழகங்களை உருவாக்க அனுமதி அளித்தது. பொதுத்துறையில் பேரளவு பண்டக காப்பக வசதிகளை நடத்திவரும் மூன்று பெரிய முகமைகளாவன.

1. இந்திய உணவுக் கழகம்
2. மத்திய பண்டக காப்பக கழகம்
3. மாநில பண்டக காப்பக கழகம்

1. இந்திய உணவு கழகம் (Food Corporation of India) : உணவதானியங்களை பாதுகாக்கும் வசதியை கொடுக்கிறது. இந்நிறுவனம் வைப்பிட வசதிகளை மாநில, மத்திய பண்டக காப்பகங்கள், மாநில அரசுகள் மற்றும் தனியார்களிடமிருந்து வாடகைக்கு எடுத்துக் கொள்கிறது. 7–வது ஐந்தாண்டுத் திட்டத்தில் இவ்வகை கழகத்தின் காப்பக கொள்திறன் 2.03 கோடி டன்னாகும்.

2. மத்திய பண்டக காப்பக கழகம்: இது 1957–ல் ஆரம்பிக்கப்பட்டது. 7–வது ஐந்தாண்டுத் திட்டத்தில் இதன் கொள்திறன் 68 கோடி டன்கள். கீழ்காண்பவை இதன் நோக்கங்களாகும்.

1) விவசாய உற்பத்தி பொருள்கள், விதைகள், உரங்கள், விவசாய கருவிகள் மற்றும் சில குறிப்பிட்ட பண்டங்களுக்கு விஞ்ஞான அடிப்படையில் வைப்பிடங்களை வழங்க ஆவண செய்தல்.

2) பொருள்களின் உரிமையாளர்களுக்கு கடன்பெற வசதியாக மாற்றத்தக்க பண்டக ரசீதுகள் வழங்குதல்.

3) தரம் மற்றும் எண்ணிக்கை சரிபார்த்தபின் பண்டக காப்பு ரசீது வழங்குதல்.

4) தன்னிடம் ஒப்படைக்கப்பட்ட பொருள்களை கவனமாக பாதுகாத்து எலிகள், பூச்சிகள் மற்றும் ஈரத்தன்மை, மழை இவற்றிலிருந்து பாதுகாப்பது.

5) பொருள்களை கொள்முதல் செய்தல், விற்பனை செய்தல், வைப்பிடங்களில் பாதுகாத்தல் மற்றும் பண்டக காப்பகங்களுக்கும், அதிலிருந்தும் பொருள்களை மற்ற இடங்களுக்கு எடுத்துச் செல்லல், ஆகிய செயல்களை செய்வதற்கு அரசுக்கு முகவராக செயல்படுகிறது.

6) தகுதியான இடங்களில் விஞ்ஞான ரீதியில் பண்டங்களை காப்பதற்காக, பண்டக காப்பகங்களை ஏற்படுத்தல்.

7) வைப்பிட செலவுகளை குறைத்து பொருள்களை தரப்படுத்துவதில் சந்தையிடுதலை சுலபமாக்குதல்.

3. மாநில பண்டக காப்பக கழகங்கள்: ஒவ்வொரு மாநில அரசும் மத்திய பண்டக காப்பக கழகத்தின் அனுமதி பெற்றபின், தங்களுடைய சொந்த பண்டக காப்பு கழகங்களை நிர்மாணிக்க அதிகாரமுண்டு. இதற்காக முதலீட்டில் 50 சதவீதம் கழகமும் மீதி 50 சதவீதத்தை அந்தந்த மாநில அரசுகளும் தருகின்றன. ஏழாவது ஐந்தாண்டுத் திட்டத்தில் மாநில பண்டக காப்பகங்களின் காப்பிட வசதி சுமார் 1 கோடி டன்னாகும்.

மாநில பண்டக காப்பக கழகத்தின் பணிகள்:

1. மத்திய பண்டக காப்பகங்களுக்கென்று ஒதுக்கப்படாத இடங்களில் பண்டக காப்பகங்களை ஏற்படுத்தி நடத்துதல்.

2. குறிப்பிட்ட மையங்களில் சந்தைகளை ஒழுங்குபடுத்துதல்.

3. அரசாங்கம் மற்றும் மத்திய பண்டக காப்பகங்களுக்கு முகவராக செயல்படுத்துதல்.

4. கூட்டுறவு பண்டக காப்பகங்களின் மூலதன பங்குகளை வாங்குதல்.

தமிழ்நாட்டில் பண்டக காப்பகங்கள்:

1957–ல் ஒரு முதன்மையான பண்டக காப்பக முகமை ஏற்படுத்தப்பட்டது. விவசாயத்துறைக்கு விலைகளை கட்டுப்படுத்துவதில் உதவி புரிகிறது. இது பலதரப்பட்ட சேவை பெறுவோருக்கு முக்கியமான சேவைகளை செய்யக்கூடிய மிகப்பெரிய பொதுத்துறை பண்டக காப்பகமாக இது உள்ளது.



Source: www.tnwarehouse

செயல்பாடுகள்:

1. 6.3 லட்சம் டன் காப்பிட வசதியுள்ள 65 பண்டக காப்பகங்களை மாநிலமெங்கும் அமைத்து விவசாய பொருள்கள் முதல் மிக நவீன தொழிற்சாலை பொருள்கள் வரை பாதுகாப்பாக வைத்திருக்கும் பணியை செய்கிறது.

2. இதன் உணவு தானியங்கள் பாதுகாப்பு மற்றும் சுங்க பிணைய பண்டக சாலைகள் (Bonded Warehouse) சம்பந்தப்பட்ட பணிகளில் ஒன்றாகும்.

3. பண்டகப் பாதுகாப்பு மற்றும் எடுத்தாளுதல் பணிகள் தவிர இக்கழகம் பொருள் போக்குவரத்து, பூச்சிகளிலிருந்து பாதுகாப்பு மற்றும் கிருமிகளிலிருந்து பாதுகாப்பு மற்றும் இதர சேவைகளையும் இக்கழகம் வழங்குகிறது.

4. நவீன முறையில் பொருட்களை பாதுகாப்பது தொடர்பான பயிற்சியை பல்வேறு முகமைகளுக்கு அளிக்கிறது.

5. 200–க்கும் மேற்பட்ட விவசாய உற்பத்தி பொருட்கள் தொழிற்சாலை மூலப்பொருட்கள், முழுமையாக்கப்பட்ட பொருட்கள் மற்றும் ஈரத்தன்மை வாய்ந்த பொருட்கள் ஆகியவற்றிற்கு காப்பிட வசதி மற்றும் எடுத்தாலும் வசதிகளை தருகிறது.

6. நவீன முறை பொருள் பாதுகாப்பு வசதிகள் 200–க்கும் மேற்பட்ட விவசாய பொருட்களுக்கு அளிக்கப்படுகிறது. இவற்றில் ஈரம் உள்ள பொருட்களும் தமிழ்நாட்டிலுள்ள 65 பண்டகசாலைகளில் பாதுகாப்பாக வைத்திருக்கும் வசதி அளிக்கிறது.

7. தற்போது இக்கழகம் தமிழ்நாட்டில் 7 பிராந்திய மையங்களைக் கொண்டு இயங்குகிறது. அவைகள், 1. காஞ்சீபுரம் 2. கடலூர் 3. திருச்சி 4. சேலம் 5. திண்டுக்கல் 6. மேட்டுப்பாளையம் 7. திருநெல்வேலி

மாநில பண்டக சாலையின் பணிகள்:

1. பிராந்திய தலைமை மேலாளர்கள், 100 சதவீத பொருள் ஆய்வு பணிகளை மேற்கொள்கின்றனர்.

2. இந்த பொருள் சரிபார்ப்பு அறிக்கைகளின் நகல்களை தங்களுடைய குறிப்புகளோடு பிராந்திய தலைமையகத்திற்கு அனுப்புகின்றனர். இதன் அடிப்படையில் தலைமையகம் மேற்கொண்டு நடவடிக்கை எடுக்கின்றது.

3. பிராந்திய மேலாளர்கள் திடீர் ஆய்வு பணிகளையும் மேற்கொள்கின்றனர்.

4. பிராந்திய மேலாளர்கள் ஒவ்வொரு மாதமும் தங்கள் பயண குறிப்பு ஏடுகளை ஆய்வு குழுவிற்கு சமர்ப்பிக்கிறார்.

5. ஆய்வு பிரிவு பணியாளர் மற்றும் பிராந்திய மேலாளர் கூட்டத்தை அவ்வப்போது நடத்தி வியாபார விஷயங்கள், வசூல்கள், பணியாளர்களின் குறைபாடுகள் போன்றவைகளை சரிசெய்கிறது.

6. பிராந்திய அலுவலகங்களின் ஆய்வுப் பணி, முதன்மை மேலாண்மை இயக்குநரால் மேற்கொள்ளப்படுகிறது.

சுங்க பிணைய பண்டகசாலை (Custom Bonded Warehouse):

1. தொழில் முனைவோரும் ஏற்றுமதியில் ஈடுபட்டுள்ளவர்களும் மிக குறைந்த முதலீட்டுடன் செயல்புரிவதற்காக சுங்க பிணைய பண்டக காப்பகங்கள் ஏற்படுத்தப்பட்டுள்ளன. இவை தவணை முறையில் சுலபமாக சுங்கவரி செலுத்துவதை நடைமுறைப் படுத்துகிறது.

2. 6800 டன் கொள்ளளவுள்ள பொருள் காப்பகங்கள், தமிழ்நாடு பண்டககாப்பு கழகத்தால் நடத்தப்படுகிறது. இவை மாநிலத்தின் பல்வேறு இடங்களிலும் அமைக்கப்பட்டு, தூத்துக்குடி துறைமுகத்துடன் இணைப்பு பெற்றவையாக உள்ளன. இதனால் பண்டக போக்குவரத்து எளிதாகிறது.

கிருமி மற்றும் பூச்சிகொல்லி சேவை (Disinfection Services):

1. இக்கழகம் கிருமி மற்றும் பூச்சிக்கொல்லி சேவைகளை செய்வதன் மூலம், பண்டங்களை பாதுகாப்பாக வைப்பதற்கு உதவுகிறது.

2. பொது ஆரோக்கியம், சுகாதாரம், கரையான் எதிர்ப்பு பணிகள், தானிய பாதுகாப்பு ஆகிய துறைகளில் சேவை புரிவதன் மூலம் இக்கழகம் முதன்மையான பூச்சி கட்டுப்பாடு முகமையாக திகழ்கிறது. இவ்வாறாக மாநிலத்தின் பூச்சி கட்டுப்பாடு முகமையின் ஒரு பகுதியாக இக்கழகம் திகழ்கிறது.

பண்டக காப்பக பணியில் குறைபாடுகள்:

இந்தியாவிலும் தமிழ்நாட்டிலும் பண்டக காப்புப்பணி தேவையான அளவு திறனுள்ளதாக இல்லை. ஏனெனில்,

1. பண்டக காப்பகங்கள் தூரமான இடங்களில் அமைந்துள்ளன.

2. 90 சதவீத விவசாயிகள் எழுதப்படிக்கத் தெரியாதவர்களாக இருப்பதால், வைப்பிடங்கள் மற்றும் கடன்வசதி பற்றி அறியாதவர்களாக உள்ளனர்.

3. விவசாயிகள் சந்தையில் இடும் பொருள் மிகக்குறைவாக உள்ளது. அதனால், இப்பொருட்களை தூரத்திலுள்ள பண்டக காப்பிடங்களில் வைப்பிடுவதில் பயனில்லை என்று கருதுகின்றனர்.

4. உற்பத்தி செய்யும் இடங்களுக்கும் பண்டக காப்பிடங்களுக்கும் இடையே போதுமான அளவு போக்குவரத்து வசதிகள் இல்லை.

5. அழுகும் மற்றும் அழுகாத பலதரப்பட்ட பொருட்களின் தன்மையைப் பொறுத்து காப்பிட வசதிகளை பண்டக காப்பக கழகங்கள் தருவதில்லை.

6. பண்டக காப்பிடங்களில் மிக சிக்கல் நிறைந்த நடைமுறைகள் அமுலில் இருப்பதால், எழுத்தறிவற்ற விவசாயிகள் இந்நடைமுறைகளை சமாளிக்க சிரமப்படுகின்றனர்.

7. காப்பிடங்களில் வைத்து பாதுகாக்கும் செலவு அதிலிருந்து கிடைக்கும் நன்மைகளை விட குறைவு.

மேம்பாட்டிற்கான ஆலோசனை:

1. பல்வேறு இடங்களில் சிதறியுள்ள மிகையான உற்பத்திகளை, கூட்டுறவு சந்தைகள் மூலம் ஒன்று திரட்டலாம்.

2. வைப்பிடங்களில் பொருள்களை வைப்பதன் முக்கியத்துவத்தை விவசாயிகளுக்கு போதிப்பதன் மூலம் தேசிய செல்வம் மற்றும் வளங்களை பாதுகாக்கலாம்.

3. கூட்டுறவு சங்கங்கள் மற்றும் ஒத்துழைப்பின் முக்கியத்துவத்தை விவசாயிகளுக்கு எடுத்து சொல்லுதல்.

4. நிறுவன நிதி வசதிகள் கிடைக்காததைப் பற்றி விவசாயிகளுக்கு போதித்தல்.

வினாக்கள்

I. சரியான பதிலைத் தேர்ந்தெடு:

1. பண்டக சாலையிடுதல் பின்வரும் தடையை நீக்குகிறது.

அ. காலம் ஆ. இடம் இ. நிதி ஈ. உருவம்

2. சில்லரை வியாபாரிகள், மொத்த வியாபாரிகள், பொருள் சேர்த்து வைப்போர் மற்றும் பொதுமக்களுக்கு பொருள் வைப்பு சேவை செய்யும் பண்டக காப்பகத்தை கீழ்கண்டவாறு அழைக்கலாம்.

அ. தனியார் பண்டகசாலை ஆ. பொது பண்டகசாலை

இ. பிணைய பண்டகசாலை ஈ. வீட்டு சாதன பண்டகசாலை

3. பண்டக காப்பக பத்திரங்களின் பெயர்

அ. பண்டக பொறுப்பாளர் ரசீது ஆ. பண்டககாப்பாளர் பற்று விடுப்பு

இ. வழங்கல் ஆணை ஈ. துறைமுக காப்பிட ரசீது

4. முழுமையாக அல்லது குறிப்பிட்ட அளவு பொருள்களை வழங்கும் அதிகாரத்தை வழங்கும் ஆவணத்தின் பெயர்.

அ. பண்டக காப்பாளர் ரசீது ஆ. பண்டககாப்பாளர் பற்று விடுப்பு

இ. வழங்கல் ஆணை ஈ. துறைமுக காப்பிட ரசீது

5. அரசாங்க உதவியுடன் ஏற்படுத்தப்பட்ட பண்டகசாலை நிறுவனங்கள்

அ. இந்திய உணவு வழங்கும் கழகம் ஆ. வீட்டுச் சாதன பொருள்கள் வைப்பகம் இ. தனியார் பண்டககாப்பகம் ஈ. கூட்டுறவு பண்டகசாலை

விடைகள்: 1. அ 2. ஆ 3. அ 4. ஆ 5. அ

II. கோடிட்ட இடத்தை நிரப்புக:

1. பண்டக காப்பகங்கள் வைத்திருந்து ----------- மையமாக திகழ்கிறது.

2. --------- பண்டக சாலை அரசாங்கத்தின் உரிமம் பெற்று பொருள்களை பிணையமாக வைப்பிட அனுமதிக்கிறது.

3. --------- துறைமுக பொருள் வைப்பிட அதிகாரிகளால் உரிமை மாற்றம் நிகழ்த்துவதற்கு ஏதுவாக வழங்கப்படும் சான்றிதலாகும்.

4. --------- ஐ சான்றுப்பத்திரமாகக் கொடுத்து வங்கிகளில் நிதி உதவி பெற முடியும்.

5. --------- பண்டகசாலையானது, தவணை முறையில் சுங்க வரிகளை செலுத்துவதற்கு வசதியை கொடுப்பதுடன் தொழில் முனைவோருக்கும், ஏற்றுமதி நிறுவனங்களுக்கும் குறைந்த முதலீட்டில் தங்கள் பணிகளை செவ்வனே செய்ய ஊக்குவிப்பு அளிக்கும் வகையில் அமைக்கப்பட்டிருக்கிறது.

விடைகள்: 1. வழங்கல் 2. பிணைய காப்பு 3. துறைமுக சான்றாணை 4. பண்டகசாலை சான்றாணை 5. பிணைய பண்டக பாதுகாப்பு

III. பொருத்துக:

1. வைப்பிடு – அ. கிருமி மற்றும் பூச்சி கொல்லி சேவை
2. தமிழ்நாடு பண்டக காப்பீட்டுக் கழகம் – ஆ. காலப் பயன்பாடு
3. இந்திய உணவுக் கழகம் – இ. உறுப்பினர் வசதி
4. பண்டசசாலை ரசீது – ஈ. உணவு தானிய சேமிப்பு
5. கூட்டுறவு பண்டகசாலை – உ. மாற்றம் செய்யத்தக்கதல்ல

விடை : 1.ஆ 2.அ 3.இ 4.உ 5.ஈ

IV. சிறு வினாக்கள்:

1. பண்டக காப்பு என்றால் என்ன?

2. பண்டக காப்பகத்தின் தேவையை விளக்குக.

3. பண்டக காப்பிற்கும், பண்டக காப்பகத்திற்கும் உள்ள வேறுபாடுகளை கூறுக.

4. பண்டக காப்பக ரசீதுக்கும், பண்டக காப்பக பற்று குறிப்பு சான்றிதழுக்கும் உள்ள வேறுபாட்டை கூறுக.

5. தமிழக பண்டக காப்பகங்களைப் பற்றி சிறுகுறிப்பு வரைக.

V. நெடுவினாக்கள்:

1. பண்டக காப்பகத்தின் பணிகளை விளக்குக.

2. பண்டக காப்பகத்தின் பயன்பாட்டை விளக்குக.

3. பல்வேறு வகையான பண்டக காப்பு ஆவணங்களைப் பற்றி சிறுகுறிப்பு வரைக.

VI. கட்டுரை வரைக:

1. பல்வேறு வகையான பண்டக காப்பகங்களை விவரி.

2. இந்தியாவில் பண்டக காப்பகத்தைப் பற்றி விவரி.

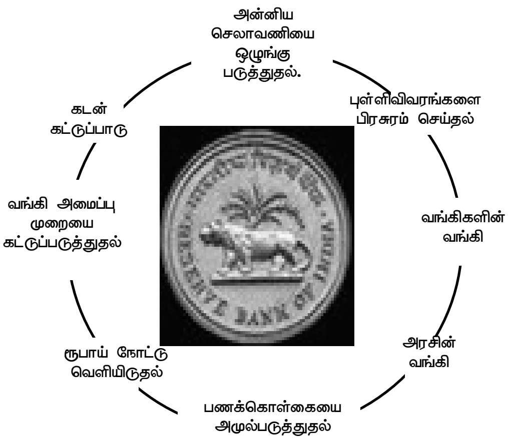
பாடம் – 7

வங்கியியல்

அறிமுகம்:

ஒரு நாட்டின் வர்த்தகம், வணிகம் மற்றும் வியாபாரத்தின் மத்திய நரம்பு மண்டலம் போல் வங்கியியல் விளங்குகிறது. வர்த்தகம், தொழிற்சாலை மற்றும் வணிக மேம்பாட்டிற்கு அத்தியாவசியமாக உள்ள பணத்தை பங்கிட்டு வழங்குவதில் வங்கியியல் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. இதனால், நவீன வாணிபத்தின் வாழ்விற்கு அவசியமான இரத்த ஓட்டமாக வங்கியியல் விளங்குவதாகக் கூறலாம். வங்கியியர் பணபுழக்கத்தில் மட்டும் ஈடுபடுபவர் மட்டுமல்லாது தேசத்தின் பொருளாதார மேம்பாட்டை ஏற்படுத்தும் தலைவராகவும் விளங்குகிறார்.

மையவங்கியின் பணிகள்



வங்கிகளின் தேவை:

1. சேமிப்பு மற்றும் மூலதன உருவாக்கம்: ஒரு நாட்டின் பொருளாதார மேம்பாட்டுக்கு தேவையான மூலதனத்தை உருவாக்கவும் பொதுமக்களின் சேமிப்புகளை ஒன்று திரட்டவும் வங்கிகள் மிக முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன.

2. பணக்கொள்கையை செயல்படுத்துதல்: நன்கு வளர்ந்த வங்கி அமைப்புமுறை எவ்விதமான பணக்கொள்கையையும் செயல்படுத்தும். ஏனெனில், பொருளாதார முன்னேற்றமானது, வங்கிகள் கொடுக்கும் கடன்களை கட்டுப்படுத்தும் முறையையும், ஒழுங்குபடுத்தும் முறையையும் சார்ந்திருக்கிறது. ஆதலால், பணக்கொள்கையை மிகத்திறமையாக செயல்படுத்துவதற்கு வங்கிகள் அவசியமானதாகத் திகழ்கிறது.

3. தொழிற்சாலைகளை ஊக்குவித்தல்: கடன் கொடுத்தல், கடன் கடிதம் கொடுத்தல், உண்டியல்களை வட்டம் செய்தல் ஆகிய பல்வேறு வகையான நிதிசார்ந்த சேவைகளை வங்கிகள் தொழிற்சாலைகளுக்கு அளிக்கிறது. இவ்வகையான சேவைகள் ஒரு நாட்டிலுள்ள பல்வகையான தொழிற்சாலைகளின் மேம்பாட்டிற்கு ஊக்கமளிக்கிறது.

4. பிராந்திய முன்னேற்றம்: வங்கிகள் பின்தங்கிய பிராந்தியத்திற்கு தேவையான நிதியை, முன்னேறிய பிராந்தியத்திலிருக்கும் மிகுதி நிதியை மாற்றம் செய்து கொடுக்கிறது. இம்மாதிரியான நிதி மறுஒதுக்கீடுகள் பிராந்தியங்களுக்கிடையே ஏற்படும் ஏற்றத்தாழ்வுகளைக் குறைக்கிறது.

5. விவசாய மற்றும் தவிர்க்கப்பட்ட பகுதிகளின் முன்னேற்றம்: வங்கிகள் விவசாயிகளுக்கு மிகவும் பயனுள்ளதாக இருக்கிறது. மேலும், வங்கிகள் சிறுதொழில் மற்றும் குடிசைத் தொழில்கள் கிராமப் புறங்களில் வளர்ச்சியடைவதற்குத் தேவையான ஊக்கமளிக்கிறது.

வங்கிகள் – பொருள்:

வங்கிகளானது பணம் மற்றும் கடன் சம்பந்தமான நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளும் ஒரு நிறுவனமென்று சுருக்கமாகக் கூறலாம்.

1. ஹெர்பெர்ட் எல். ஹார்ட் என்பவரின் கருத்துப்படி "வங்கியர் என்பவர் அவருடைய சாதாரண வாணிப நடவடிக்கையின் போக்கில் மக்களிடமிருந்து அவர்களுக்காக நடப்புக் கணக்குகளில் பணத்தைப் பெற்று, அவரின் மீது எழுதும் காசோலைகளுக்கு பணமளிக்கிறார்".

2. வங்கி நிறுவன சட்டத்தின்படி வங்கித் தொழில், "பொதுமக்களிடமிருந்து வைப்புகளை, கடன் கொடுப்பதற்காகவும் அல்லது முதலீடு செய்வதற்காகவும்

ஏற்றுக் கொள்ளுதலும், காசோலை, உண்டியல், ஆணை அல்லது வேறுவழி மூலமோ எடுக்கக் கூடியதாகவும், கேட்டவுடனேயோ அல்லது வேறு வழியிலோ திருப்பித் தரக்கூடியதாகவோ இருத்தலுமாகும்".

வங்கிகளின் குணங்கள்:

மேற்கூறிய விளக்கங்களிலிருந்து வங்கிகளின் குணங்களை கீழ்க்கண்டவாறு பட்டியலிடலாம்.

1. பொதுமக்களிடமிருந்து வைப்புகளை ஏற்றுக்கொள்ளல்.

2. கேட்டவுடனே வைப்புகளை திருப்பிக் கொடுக்கும் கடமை.

3. வியாபார முன்னேற்றத்திற்கும், வளர்ச்சிக்கும் முதலீடு செய்தல் மற்றும் கடன் வழங்கல்.

4. பொதுமக்களிடமிருந்து பெறப்பட்ட வைப்புகளை இலாபமீட்டும் வழியில் செயல்படுத்துதல்.

5. காசோலை அல்லது உண்டியல் வழியாக பணத்தை திருப்பிக் கொடுத்தல்.

வங்கிகளின் வகைகள்: வங்கிகளின் வகைகளை அதன் பணிகள், உரிமை மற்றும் மத்திய வங்கியின் அட்டவணை (schedule) ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் பிரிக்கலாம். கீழ்க்காணும் அட்டவணை வங்கிகளின் வகைகளைக் காட்டுகிறது.

வங்கிகளின் வகைகள்

அ. பணிகளின் அடிப்படையில்:

1. வணிக வங்கிகள் (Commecial Banks)
2. தொழில் வங்கிகள் (Industrial Banks)
3. வட்டார கிராமிய வங்கிகள் (Regional Rural Banks)
4. அன்னிய செலாவணி வங்கிகள் (Exchange Banks)
5. மைய வங்கி (Central Bank)

ஆ. வங்கி உரிமை அடிப்படையில்:

1. பொது உடமை வங்கிகள் (Public Sector Banks)
2. தனி உடமை வங்கிகள் (Private Sector Banks)
3. கூட்டுறவு வங்கிகள் (Co-operative Banks)

இ. மையவங்கியின் அட்டவணை அடிப்படையில்:

1. அட்டவணை படுத்தப்பட்ட வங்கிகள் (Scheduled Banks)
2. அட்டவணையிலில்லாத வங்கிகள் (Non-scheduled Banks)

அ. பணிகளின் அடிப்படையில்:

1. வணிக வங்கிகள்:

வியாபாரம் மற்றும் வணிக மேம்பாட்டிற்கு உதவிகரமாக இருக்கக்கூடிய வங்கிகளை வணிக வங்கிகள் என்கிறோம். இவ்வகை வங்கிகளானது அரசாலோ அல்லது தனியாராலோ நடத்தப்படலாம். உதாரணமாக கனரா வங்கி, பஞ்சாப் நேஷனல் வங்கி, லஷ்மி விலாஸ் வங்கி, கரூர் வைஸ்யா வங்கி ஆகியவைகள் வணிக வங்கிகளின் கீழ் வருவனவாகும்.

2. தொழில் வங்கிகள்:

இவ்வகை வங்கிகள் தொழில் முன்னேற்றத்திற்காக மத்திய மற்றும் நீண்டகாலக் கடன்கள் கொடுத்தல், பங்குகள் மற்றும் கடன் பத்திரங்களின் வெளியீட்டில் கலந்துகொள்ளுதல்(Underwritting), திட்ட அறிக்கை தயாரிக்க உதவிபுரிதல்(Project report), தொழில்நுட்ப ஆலோசனை அளித்தல், மேலாண்மை சேவை புரிதல் ஆகியவைகள் தொழிற்சாலைகளின் முன்னேற்றத்திற்காக செய்கின்றன. உதாரணம் இந்திய தொழில் வளர்ச்சி வங்கி(IDBI), இந்திய தொழிற்கடன் முதலீட்டுக் கழகம்(ICICI) ஆகியவைகள் தொழில் வங்கிகளாகும்.

3. வட்டார கிராமிய வங்கிகள்:

இவ்வகை வங்கிகள் கிராமப்புறங்களில் அமைக்கப்பட்டுள்ளன. கிராமப்புற பொருளாதாரத்தை மேம்படுத்துதலே இதன் முக்கிய நோக்கமாகும். இவ்வங்கிகள் கடன் கொடுத்தல் மற்றும் விவசாயம், வியாபாரம், வணிகம், தொழில் மற்றும் இதர உற்பத்தி சார்ந்த வேலைகளுக்கு பல்வேறு உதவிகளை செய்கின்றன.

4. அன்னிய செலாவணி வங்கிகள்:

இவ்வகை வங்கிகள் அன்னிய செலாவணிகளை மாற்றுதலிலும், அயல்நாட்டு வணிகத்திலும் சிறப்பான பங்கு வகிக்கிறது. பன்னாட்டு வணிக மேம்பாட்டிற்கு இவ்வங்கிகள் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன. அயல்நாட்டு முதலீடுகளை இந்தியாவிற்குள் கொண்டுவர ஊக்குவிக்கிறது. மேலும், பன்னாட்டு முதலீட்டு சந்தையில் பங்கு கொள்ளவும் உதவிகரமாக இருக்கிறது.

5. மையவங்கி :

ஒவ்வொரு நாட்டிற்கும் ஒரு வங்கியானது மைய வங்கியாக விளங்கும். இதுதான் உச்ச வங்கி (Apex) எனவும் கூறலாம். ஒரு நாட்டின் பணச்சந்தை சம்பந்தமான எல்லா சட்டங்களையும் அமுலுக்கு கொண்டு வரும் ஒரு சட்டபூர்வ நிறுவனம் எனவும் கூறலாம். மைய வங்கியானது பணக்கொள்கை மற்றும் வங்கி அமைப்பு முறை வகையில் மைய நிலையை பெறும் நிறுவனமாகவும்,

உச்ச நிதி அதிகாரமுடைய நிறுவனமாகவும் விளங்குகிறது. இந்தியாவின் மைய வங்கியாக விளங்குவது இந்திய ரிசர்வ் வங்கியாகும்.

மையவங்கியின் பணிகள்:

அ. நாட்டின் வங்கி அமைப்பு முழுவதையும் கட்டுப்படுத்துதல் மற்றும் மேற்பார்வை செய்கிறது.

ஆ. நாட்டின் கடனை கட்டுப்படுத்துகிறது.

இ. பண அச்சடிப்பின் தனி உரிமையைப் பெற்றுள்ளது.

ஈ. இறுதிகடன் ஈவோராகவும், அந்நிய செலாவணி பாதுகாப்பாளராகவும் விளங்குகிறது.

உ. அரசின் வங்கியாக செயல்படுகிறது.

ஊ. வங்கிகளின் வங்கியாகவும் செயல்படுகிறது.

எ. வங்கிகளுக்கு இடையே கணக்குகளை சரி செய்து கொள்ள ஒரு மைய தீர்வகமாக விளங்குகிறது.

வங்கி உரிமையின் அடிப்படையில்:

1. **பொதுஉடமை வங்கிகள்:** இவ்வகை வங்கிகள் அரசின் உடமையாகவும், அரசின் கட்டுப்பாட்டின்கீழும் உள்ளன. தேசியமயமாக்கப்பட்ட வங்கிகள் மற்றும் வட்டார கிராம வங்கிகள் இவ்வகையை சேர்ந்தவை.

2. **தனிஉடமை வங்கிகள்:** இவ்வகை வங்கிகள் தனிநபர்கள் மற்றும் நிறுமங்களின் (Corporation) உடமைகளாக உள்ளன.

3. **கூட்டுறவு வங்கிகள்:** இவ்வகை வங்கிகள் கூட்டுறவு கொள்கைகளை அடிப்படையாக கொண்டு இயங்குகின்றன. இவை இதன் அங்கத்தினர்களின் தன்னிச்சையான கூட்டமைப்பாக விளங்கி தங்களுக்கு தாங்களே உதவி பெற்றுக் கொள்ளக் கூடிய வகையில், அங்கத்தினர்களின் பரஸ்பர நிதிதேவைகளை பூர்த்தி செய்கிறது. இவ்வகை வங்கிகளும் மைய வங்கியின் கட்டுப்பாடு மற்றும் ஆய்வுக்கு உட்பட்டவை.

மையவங்கியின் அட்டவணையின் அடிப்படையில்:

அ. அட்டவணைப்படுத்தப்பட்ட வங்கிகள்: இவ்வகை வங்கிகள் இந்திய ரிசர்வ் வங்கி சட்டத்தின் 1934, இரண்டாவது பட்டியலில் உள்ளவை. கீழ்க்கண்ட நிபந்தனைகளை பூர்த்தி செய்யும் வங்கிகள் அட்டவணை வங்கிகளாக வகைப் படுத்தப்படுகின்றன.

1. செலுத்தப்பட்ட பங்கு மூலதனமும் (Paid-up Capital), ஒதுக்கீட்டு லாபமும் சேர்ந்து ரூ.5 லட்சத்திற்கு குறையாமல் இருப்பது.

2. இதன் நடிவடிக்கைகள் இட்டு வைப்பாளர்களின் நலனுக்கு எதிராக இல்லாமலிருப்பது.

3. இவை ஒரு கூட்டாண்மையாக இல்லாமல் ஒரு நிறுமமாகவோ அல்லது ஒரு கூட்டுறவு அமைப்பாகவோ இருப்பது.

ஆ. அட்டவணைபடுத்தப்படாத வங்கிகள் : இந்திய ரிசர்வ் வங்கியின் இரண்டாவது பட்டியலில் இடம் பெறாத வங்கிகள் அட்டவணைபடுத்தப்படாத வங்கிகள் என அழைக்கப்படுகிறது.

வணிக வங்கிகளின் பணிகள்:

ஒரு தேசத்தின் பொருளாதார முன்னேற்றத்தில், வணிக வங்கிகள் ஒரு முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன. வணிக வங்கிகளின் பணிகளை பொதுவாக இருபெரும் வகைகளாக பிரிக்கலாம்.

1. முதன்மை பணிகள் அல்லது வங்கி பணிகள்

2. இரண்டாம்தர பணிகள் அல்லது துணைப் பணிகள

முதன்மை பணிகள்:

முதன்மை பணிகள் வங்கிப்பணிகள் என்றும் அழைக்கப்படுகின்றன. அவை இரண்டு வகைப்படும்.

1. **வைப்புகளை ஏற்றல்:** பொது மக்களிடமிருந்து வங்கிகள் வைப்பை பெறுகின்றன. இந்த வைப்புகளுக்கு வட்டியுண்டு. பணத்திற்கு பாதுகாப்பும் கிடைக்கிறது. பலதரப்பட்ட வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளை பூர்த்தி செய்வதற்காக வங்கிகள் பல்வேறு வகையான வைப்புகளை ஏற்றுக் கொள்கின்றன. வைப்புகள் நான்கு வகைப்படும்:

அ. நிலை வைப்பு அல்லது காலவைப்பு கணக்கு: ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு பணம் நிலை வைப்பில் வைக்கப்பட்டால், அவற்றை நிலை வைப்பு என்கிறோம். காலம் அதிகமாகும் போது வட்டி வீதமும் அதிகமாகிறது. நிலை வைப்பிற்கான பணம் பெற்றபின் வங்கி அதற்கான இட்டு வைப்பு ரசீது வழங்குகிறது. நிலை வைப்பாளர் இதனை பிணையமாக வைத்து கடன் பெறலாம்.

வணிக வங்கிகளின் பணிகள்

முதன்மை பணிகள்

1. இட்டுவைப்பு ஏற்றல்
2. கடன் மற்றும் முன்பணம் கொடுத்தல்
   - அ. கடன்கள்
   - ஆ. ரொக்க கடன்கள்
   - இ. மேல்வரைப்பற்று
   - ஈ. உண்டியல்களை வாங்குதல் மற்றும் கழிவு செய்தல்

துணைப்பணிகள்

1. முகமை பணிகள்
   - அ. காசோலை, உண்டியல் மற்றும் வட்டி வசூலித்தல்
   - ஆ. நிலைஆணைகனை நிறைவேற்றுதல்
   - இ.பிணையங்களை வாங்குதல் மற்றும் விற்றல்
   - ஈ. நிதி மாற்றம் செய்தல்
2. பயன்பாட்டு பணிகள்
   - அ. விலை உயர்ந்த பொருள்களை பாதுகாத்தல்
   - ஆ. பாதுகாப்பு பெட்டக வசதி அளித்தல்
   - இ. உண்டியல்களை ஏற்பு செய்தல்
   - ஈ. மூலதன வெளியீட்டில் பொறுப்புறுதி ஏற்றல் (Underwriting)
   - உ. வியாபாரம் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களைப் பற்றிய தகவல்களை வழங்குதல்
   - ஊ. அயல்நாட்டு வியாபாரத்தில் உதவி செய்தல்
   - எ. பயணிகள் காசோலை வெளியிடுதல்
   - ஏ. பரிசு காசோலை வெளியிடுதல்
   - ஐ. பங்கு முதலீட்டு காசோலை வெளியிடுதல்
   - ஒ. கடன் அட்டை சேவை வழங்குதல்
   - ஓ. இயந்திர தானியங்கியில் பண சேவை வழங்குதல்

ஆ. சேமிப்பு வைப்பு கணக்கு: இக்கணக்கில் எத்தனை முறை வேண்டுமானாலும் பணத்தை செலுத்தலாம். ஆனால் வாரத்தில் ஒரு முறையோ அல்லது இரு முறையோ தான் பணத்தை திரும்ப எடுக்க முடியும். இவ்வகை கட்டுப்பாடுகள் அடிக்கடி பணத்தை திரும்ப எடுக்கும் பழக்கத்தை முறியடிப்பதற்காக உள்ளன. எந்த ஒரு நபரும் சேமிப்பு வைப்பு கணக்கை தொடங்கலாம்.

இ. நடப்பு வைப்பு கணக்கு: இதனை வரம்புள்ள கணக்கு என்றும் கூறலாம். இக்கணக்கில் வங்கி நேரத்தில் எப்போது வேண்டுமானாலும் பணத்தை

இட்டு வைக்கவோ, திரும்ப எடுக்கவோ முடியும். இவ்வகை கணக்கில் கேட்கும் போது பணம் தரவேண்டியுள்ளதால், வங்கி வட்டி எதுவும் தருவதில்லை. இவ்வகை கணக்குகள் வியாபாரிகள், நிறுமங்கள் மற்றும் பொது அமைப்புகளுக்கு மிகவும் உபயோகமாக உள்ளது.

ஈ. தொடர்வைப்பு (Recurring Deposit) கணக்கு: இவ்வகை கணக்கில் இட்டு வைப்பாளர் ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு, ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை ஒவ்வொரு மாதமும் இட்டு வைக்கிறார். குறிப்பிட்ட காலகெடு முடிந்தபின் அவர் தான் இட்டு வைத்த பணத்துடன், அதன் மீதான வட்டியையும் திரும்ப பெறுகிறார். மற்ற கணக்குகளைவிட இக்கணக்கில் வட்டிவீதம் அதிகமாக உள்ளது. இட்டு வைப்பாளருக்கு காலக்கெடுவிற்கு முன் பணம் தேவைப்பட்டால், அவர் இட்டு வைத்த பணத்தை திரும்ப பெறலாம், அல்லது இந்த தொடர் இட்டு வைப்பின் மீது கடன் பெறலாம்.

2. கடன் மற்றும் முன்பணம் வழங்குதல்: தேவைப்படுவோருக்கு வங்கிகள் கடன் மற்றும் முன்பணம் வழங்குகின்றன. இவற்றின் மீது வட்டி வசூலிக்கப்படுகிறது. தொழிற்சாலைகளுக்கும் வியாபாரத்திற்கும் இவ்வகையில் உதவுவதன் மூலம் ஒரு நாட்டின் பொருளாதாரத்தை மேம்பாடு அடைய செய்கிறது. இவ்வகை கடன் மற்றும் முன்பணத்தின் வகைகளாவன:

அ. கடன்கள்: வங்கிகள் குறுகிய, மத்திய மற்றும் நீண்ட கால கடன்களை வழங்குகிறது. இக்கடன்கள் பிணையங்களின் அடிப்படையில் வழங்கப்படுகிறது. குறகிய கால கடன்கள் ஓராண்டிற்குள் திருப்பி செலுத்தப்பட வேண்டியவை. மத்திய கால கடன்கள் ஐந்தாண்டுகளுக்குள் திருப்பி செலுத்தப்பட வேண்டியவை. நீண்ட கால கடன்கள் ஐந்து ஆண்டுகளுக்கு மேல் திருப்பி செலுத்தப்பட வேண்டியவை.

ஆ. ரொக்கக் கடன்கள்: இவ்வகை ஏற்பாட்டில் வங்கி தனது வாடிக்கையாளருக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு வரை பணம் கடன் பெற அனுமதிக்கிறது. பயன்படுத்தப்பட்ட கடன் தொகைக்கு மட்டுமே வட்டி சுமத்தப்படுவதேயன்றி, மொத்த கடனுக்கும் வட்டி வசூலிக்கப்படுவதில்லை.

இ. மேல்வரைப்பற்று (Overdraft): நடப்பு கணக்கு வைத்திருப்போர், தங்கள் கணக்கிலுள்ள பணத்திற்கு மேல் ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு வரை பணத்தை மிகைப்பற்றாக எடுத்துக் கொள்வதற்கான ஒரு உடன்பாடாகும். மிகைப்பற்று தொகைக்கு மட்டுமே வட்டி சுமத்தப்படுகிறது. மிகைப்பற்றானது ஒரு குறுகிய காலத்திற்கு மட்டுமே அனுமதிக்கப்படுகின்ற ஒரு தற்காலிக கடனாகும்.

ஈ. உண்டியல்களை வாங்குதல் மற்றும் கழிவு செய்தல்:

வங்கிகள் தனது வாடிக்கையாளர்களிடமிருந்து உண்டியல்களை கொள்முதல் செய்து, உண்டியல்களின் தொகைகளிலிருந்து கழிவுகளை கழித்தபின் வரும் நிகரத்தொகை வாடிக்கையாளரின் கணக்கில் வரவைக்கிறது. உண்டியல்களை வாடிக்கையாளரின் சார்பாக பெற்று வசூலுக்கு அனுப்புகிறது. உண்டியல்களின் காலநிறைவின் போது வங்கி அவ்வுண்டியல்களின் மீது பணம் பெறுவதற்காக அவற்றை, அவற்றின் ஏற்பாளர்களுக்கு அனுப்புகிறது. உண்டியல் மறுப்பு ஏற்படும் போது வங்கியானது உண்டியல் தொகையுடன் செலவுத் தொகையையும் சேர்த்து வாடிக்கையாளரிடமிருந்து வசூலிக்கிறது.

துணைப்பணிகள்:

துணைப் பணிகளை முகமை பணிகள் என்றும், பயன்பாட்டு பணிகள் என்றும் இரு வகையாகப் பிரிக்கலாம். பின்வருவன வங்கியின் முகமை பணிகளாகும்.

1. முகமை பணிகள்:

அ. காசோலை, உண்டியல் மற்றும் வட்டி வசூலித்தல்:

காசோலைகள், உண்டியல்கள், கடன் வாக்குறுதிப் பத்திரம் (Promisory note), லாப ஈவு சான்றானை மற்றும் வட்டி போன்றவற்றை வாடிக்கையாளர்கள் சார்பாக, வங்கிகள் வசூலிக்கும் சேவைகளை மேற்கொள்கின்றன. இச்சேவைக்கு வங்கி ஒரு சிறு தொகையை சேவைக் கட்டணமாக வசூலிக்கிறது.

ஆ. நிலை ஆணைகளை நிறைவேற்றுதல்:

வாடிக்கையாளரிடமிருந்து நிலை ஆணைகளை பெற்ற பின்பு வங்கி காப்பீட்டு கட்டணத்தொகை, சந்தா தொகை மற்றும் தொடர் கட்டணத் தொகைகளையும் செலுத்துகிறது. இச்சேவைக்கு ஒரு சிறிய தொகையை சேவைக் கட்டணமாக வசூலிக்கிறது.

இ. பிணையங்களை வாங்குதல் மற்றும் விற்றல்:

வாடிக்கையாளரிடமிருந்து கட்டளைகளைப் பெற்ற பின்பு, வங்கிகள் வாடிக்கையாளர் சார்பாக பத்திரங்களை வாங்கவும் மற்றும் விற்கவும் செய்கிறது. இதற்காக வங்கி சிறிய கட்டணத்தை தரகாக பெறுகிறது.

ஈ. நிதி மாற்றம் செய்தல்:

வாடிக்கையாளர்களின் சார்பாக வங்கிகள் பணத்தை ஓர் இடத்திலிருந்து

மற்றோர் இடத்திற்கு பணவிடை (Draft), தந்தி மற்றும் இணையம் (Internet) மூலமாக மாற்றம் செய்கிறது.

2. பயன்பாட்டு பணிகள் மற்றும் சேவைகள்:

பின்வருவன பொதுவான பயன்பாட்டுப் பணிகள் என கருதப்படுகின்றன.

அ. விலையுயர்ந்த பொருள்களை பாதுகாத்தல்:

வங்கிகள் வாடிக்கையாளருடைய ஆபரணங்கள், நகைகள், மற்றும் ஆவணங்கள் ஆகியவற்றை தங்கள் பாதுகாப்பின் கீழ் வைக்கிறது. வங்கிகள் தங்களிடம் ஒப்படைக்கப்பட்ட மேற்கூறிய பொருட்களுக்கு அத்தாட்சி வழங்குகிறது. இச்சேவைக்காக ஒரு நியாயமான கட்டணத்தை வங்கி வசூலிக்கிறது.

ஆ. பாதுகாப்பு பெட்டக வசதி :

இவ்வகை சேவையில் வாடிக்கையாளருக்கு ஒதுக்கப்பட்ட பாதுகாப்பு பெட்டகத்தில் எல்லாவிதமான விலைஉயர்ந்த பொருட்களையும் வைத்து பாதுகாக்க அனுமதிக்கிறது. வாடிக்கையாளர் இதற்காக ஒரு குறிப்பிட்ட தொகை வாடகை தரவேண்டியுள்ளது. வாடிக்கையாளர் விலையுயர்ந்த ஆபரணங்கள், நகைகள், ஆவணங்கள் போன்றவற்றை பாதுகாப்பு பெட்டகத்தில் வைத்துக் கொள்கிறார்.

இ. உண்டியல்களை ஏற்றல்:

வங்கிகள் வாடிக்கையாளர்கள் சார்பாக உண்டியல்களை ஏற்பு செய்கின்றன. இதன் மூலம் வியாபாரத் தொடர்புகளை ஊக்குவிக்கிறது. இச்சேவைக்காக ஒரு சிறுகட்டணம் வசூலிக்கப்படுகிறது.

ஈ. மூலதன வெளியீட்டில் பொறுப்புறுதி (Underwriting) ஏற்றல்:

பொறுப்புறுதி ஏற்றல் என்பது, வங்கிகள் நிறுமங்களுக்கு வழங்கும் ஒரு சேவையாகும். நிறுமங்களின் பங்குகள் மற்றும் கடன்பத்திரங்களை பொதுமக்களுக்கு விற்பதற்கு பொறுப்பு ஏற்கிறது. இச்சேவைக்காக ஒரு குறிப்பிட்ட தரகு வீதத்தை பெறுகிறது.

உ. வியாபாரம் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களைப் பற்றி தகவல்களை வழங்குதல்:

தங்கள் வாடிக்கையாளர்களின் நாணயத்தன்மையைப் பற்றி தேவைப்படும் நபர்களுக்கு அவ்வப்போது தகவல்களை தருகிறது. இதனால் வாடிக்கையாளர்கள் பல்வேறு நபர்களிடமிருந்து கடன் வசதி பெற

முடிகிறது. வங்கிகள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு உதவுவதற்காக வியாபாரம், தொழிற்சாலைகள் மற்றும் நாட்டின் பொருளாதார நிலை பற்றிய புள்ளி விவரங்களை அவ்வப்போது பிரசுரம் செய்கிறது.

ஊ. அயல்நாட்டு வியாபாரத்தில் உதவி செய்தல்:

நாணயக்கடிதம் (Letter of Credit) வழங்குதல் மூலமாகவும், உண்டியல்களை வட்டம் செய்வதாலும் அயல்நாட்டு வியாபார மேம்பாட்டிற்கு துணை புரிகிறது.

எ. பயணிகள் காசோலை வெளியிடுதல்:

இக்காசோலை ஒரு வங்கியின் பல்வேறு இடங்களில் உள்ள கிளைகளில் பணம் பெறுவதற்காக வழங்கப்படும் காசோலையாகும். இது பல்வேறு முகமதிப்பில் வெளியிடப்படுகிறது. பணத்தை பல்வேறு இடங்களுக்கு எடுத்துச் செல்வதில் உள்ள இடறை குறைக்கிறது. வங்கிகள் வாடிக்கையாளரின் மாதிரி கையொப்பம் (Specimen Signature) பெற்றபின், பயணிகள் காசோலையை வழங்குகிறது. இக்காசோலை வங்கியரால் மேல்ஒப்பம் இடப்படுகிறது.

ஏ. பரிசு காசோலை வெளியிடுதல்:

திருமணம், பிறந்தநாள் மற்றும் பண்டிகை நாட்களில் ஒரு வாடிக்கையாளர் தனது சொந்தக்காரர்கள் மற்றும் நண்பர்களுக்கு பரிசாக வழங்கும் காசோலையாகும். பல்வேறு முகமதிப்பில் வங்கிகள் இம்மாதிரியான பரிசு காசோலைகளை வெளியிடுகின்றன.

ஒ. பங்கு பத்திர முதலீட்டுக்கான (Stock Invest) காசோலை வெளியிடுதல்:

பங்குகள் மற்றும் கடன் பத்திரங்களை பெற விண்ணப்பிப்பதற்காக ஒரு வங்கி தனது வாடிக்கையாளருக்கு வெளியிடும் ஒரு காசோலையாகும். இத்திட்டத்தின் கீழ் பங்குகள் வாடிக்கையாளருக்கு ஒதுக்கீடு செய்யப்படும் தேதி வரை அவருக்கு வட்டி கிடைக்கிறது. பங்குகளோ அல்லது கடன் பத்திரங்களோ வாடிக்கையாளருக்கு ஒதுக்கீடு செய்யப்பட்டது உறுதியான பின்பே வாடிக்கையாளரின் கணக்கிலிருந்து, நிறுமத்தின் கணக்கிற்கு பணம் மாற்றம் செய்யப்படுகிறது. தேவையான அளவு இட்டு வைப்பு பெற்ற பின்பே வங்கி இவ்வகை காசோலைகளை வழங்குகிறது.

ஓ. கடன் அட்டை சேவை புரிதல்:

பல இடங்களுக்கு பணத்தை எடுத்து செல்வதில் ஏற்படும் இடறை

தடுப்பதற்காக வங்கிகள் கடன் அட்டைகளை வெளியிடுகிறது. இவ்வட்டை கடன் பெறுவதற்கான ஒரு சாதனமாக பயன்படுகிறது. கடன் அட்டை வைத்திருப்பவர் தானியங்கி இயந்திரத்தில் (ATM) ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு வரை பணம் எடுக்கலாம். மேலும், இவ்வட்டையை கொண்டு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை பெறுவதற்கு உபயோகிக்கலாம்.

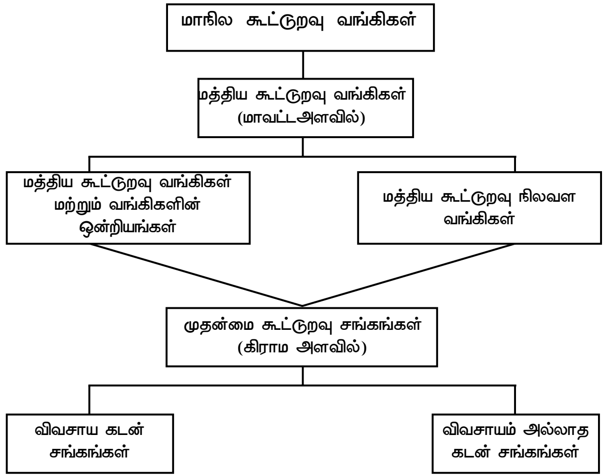
ஔ. தானியங்கி பணம் வழங்கும் இயந்திரம் (ATM):

வங்கிகளில் செலவாகும் நேரத்தை குறைப்பதற்காக தானியங்கி பணம் வழங்கும் இயந்திரங்கள் ஆரம்பிக்கப்பட்டுள்ளன. இதன் மூலம் எந்த நேரத்திலும் பணம் பெறலாம்.

கூட்டுறவு வங்கிகள்

கூட்டுறவு கோட்பாடுகளின்படி கூட்டுறவு வங்கிகள் இயங்குகின்றன. விவசாயிகளை நாட்டின் பணச்சந்தைகளுடன் இணைப்பதே இவ்வங்கிகளின் முக்கிய பணியாகும். கீழ்க்காணும் படம் கூட்டுறவு வங்கிகளின் அமைப்பை விளக்குகிறது.

கூட்டுறவு வங்கிகளின் அமைப்பு



அ. முதன்மை கூட்டுறவு சங்கங்கள்: இது கடன் அமைப்பின் ஆணிவேர் ஆகும். இதை கிராமிய சங்கங்கள் என்றும் அழைக்கலாம். இதன் அங்கத்தினர்கள் அந்தந்த கிராமங்களை சார்ந்தவர்கள். இச்சங்கங்கள் விவசாய கடன் சங்கங்கள் என்றும் விவசாயம் அல்லாத கடன் சங்கங்கள் என்றும் இரு வகைப்படும்.

பணிகள்:

1. இவை குறுகிய கால மற்றும் மத்திய கால கடன்களை விவசாயிகளுக்கு வழங்குகிறது.
2. உரம் மற்றும் விதைகளை பகிர்ந்தளிககிறது.
3. தனது அங்கத்தினர்களுக்கு நுகர் பொருட்களை பகிர்ந்தக்கிறது.
4. கிராமங்களில் பால், முட்டை, சர்க்கரை ஆகியவற்றின் உற்பத்திக்கு உதவுகிறது.

ஆ. மத்திய கூட்டுறவு வங்கிகள்: மாவட்ட அளவில் உள்ள எல்லா முதன்மை சங்கங்களும் இணைந்த ஒரு கூட்டமைப்பாகும். ஆதலால், இது மாவட்ட மத்திய கூட்டுறவு வங்கி என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. முதன்மை கடன் சங்கங்களை இவ்வங்கி மேற்பார்வையிட்டு கட்டுப்படுத்துவதுடன் பண உதவியும் அளிக்கிறது.

பணிகள்:

1. இவை முதன்மை கடன் சங்கங்களுக்கு பண உதவி அளிக்கிறது.
2. பிணையத்தின் அடிப்படையில் தனிப்பட்ட வாடிக்கையாளருக்கு கடன் உதவி தருகிறது.
3. நிலை வைப்புகளை ஏற்றுக் கொண்டு வணிக வங்கிகளை விட அதிக வட்டி வழங்குகிறது.
4. வாடிக்கையாளர்களுக்கு பணத்தை செலுத்துவதில் உதவுகிறது.
5. முதன்மை கூட்டுறவு சங்கங்களின் பிரச்சனைகளை தீர்க்க உதவுகிறது.
6. முதன்மை கூட்டுறவு சங்கங்களின் செயல்பாடுகளை மேற்பார்வையிட்டு கட்டுப்படுத்துகிறது.

இ. மாநில கூட்டுறவு வங்கிகள்: இது மாவட்ட அளவிலான மத்திய கூட்டுறவு வங்கிகளின் கூட்டு அமைப்பாகும். ஒவ்வொரு மாநிலத்திலும் ஒரு மாநில மத்திய கூட்டுறவு வங்கி உள்ளது. மூன்றடுக்கு அமைப்பில் இதுவே உச்சநிலை வங்கி எனப்படுகிறது.

பணிகள்:

1. முதன்மை மற்றும் மத்திய கூட்டுறவு வங்கிகளின் செயல்பாடுகளை ஒருங்கிணைக்கிறது.
2. கூட்டுறவு அமைப்புகளின் நன்மைக்காக இட்டு வைப்புகளை ஒன்று திரட்டுகிறது.
3. மத்திய கூட்டுறவு வங்கிகளுக்கிடையே சமநிலையை பேணுகிறது.
4. இது ஒரு வணிக வங்கியாகவும் செயல்படுகிறது.

ஈ. நிலவள வங்கி: இவை முன்பு நில அடமான வங்கிகள் என அழைக்கப்பட்டன. இதன் அமைப்புமுறை எல்லா மாநிலங்களிலும் ஒரே மாதிரியில்லை. சில மாநிலங்களில் தனித்தும் சில மாநிலங்களில் ஒன்றிணைந்தும் செயல்படுகிறது. இன்னும் சில மாநிலங்களில் இது கலவையாக இருந்தும் செயல்படுகிறது.

பணிகள்:

1. இது விவசாயிகளுக்கு பழைய கடன்களை திருப்பி செலுத்துவதற்காகவும், நிலத்தை மேம்படுத்தவும் நீண்ட கால கடன் வழங்குகிறது.
2. அடமானம் வைக்கப்பட்ட நிலத்தை மீட்கவும், புதிய நிலங்களை வாங்கவும் கடன் உதவி அளிக்கிறது.
3. மேலும், கிராமப்புறங்களில் சிறு மட்டும் குடிசை தொழில்களுக்கு கடன் உதவி செய்கிறது.

உ.தனித்து இயங்கும் உள்நாட்டு வங்கியர்கள்: இவர்களை நாட்டு வங்கியர் என்றும் அழைக்கலாம்.இவர்கள் இந்திய மைய வங்கியின் கட்டுப்பாட்டின் கீழ் வராதவர்கள். எடுத்துக்காட்டு: கடன் வழங்கும் மார்வாடிகள், செட்டியார்கள், நகை அடகு பிடிப்போர். இவர்கள் இட்டு வைப்பை பெற்றுக் கொள்வதுடன், மாற்றுமுறை ஆவணங்களிலும் வாணிபம் செய்கிறார்கள். இவ்வகை வங்கியர்கள் தங்களின் சொந்த முதலீடுகள் மற்றும் ஒருவர் மற்றவரிடமிருந்து பெற்ற கடன் மூலமும் வாணிகம் செய்கிறார்கள். பின்வருவன இவர்களின் பணிகளாகும்:

1.அதிக வட்டிக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு இட்டு வைப்பை பெறுகிறார்கள்.

2.நகைகள், விளைபொருள்கள், ஏனைய பொருள்களின் மீது கடன் வழங்குகிறார்கள்.

3.உண்டியல்களை எழுதுதல், வாங்குதல், விற்றல் ஆகிய பணிகளையும் செய்கிறார்கள்.

4.சில்லறை மற்றும் மொத்த வியாபாரிகளுக்கு கடன் உதவி செய்கிறார்கள்.

5.உணவுப் பொருள் மற்றும் உணவுப் பொருள் அல்லாத மற்ற விளை பொருள்களின் யூக வணிகத்திலும் ஈடுபடுகின்றனர்.

6.நிறுவனங்களுக்கு தரகு முகவர்களாகவும் செயல்படுகின்றனர்.

7.வங்கி தொழில் சாராத சிலர் தங்களின் சொந்த உற்பத்தி அல்லது சேவை நிறுவனங்களையும் நடத்துகின்றனர்.

8.இன்னும் சிலர் நிறுமங்களின் பங்கு முதல் மற்றும் கடன் பத்திரங்கள் வாங்குவதன் மூலம் அந்நிறுமங்களுக்கு நீண்டகால நிதிவசதியும் செய்கின்றனர்.

பின்கண்ட காரணங்களால் கடன் பெறுவோர் இவர்களிடமிருந்து கடன் பெறுவதை சுலபமானதாக கருதுகின்றனர்.

1. குறைந்தளவு சட்ட சடங்குகள்.

2. குறிப்பிட்ட வணிக நேரமின்மை.

3. நேரடியான மற்றும் உடனடியான அணுகுமுறை.

4. கடனை திருப்பிச் செலுத்துவதில் கண்டிப்பின்மை.

இந்திய மையவங்கி

1935–ல் இந்திய மைய வங்கி தோற்றுவிக்கப்பட்டது. இதுதான் இந்தியாவின் மத்திய வங்கியாகும். பின்வருவன இந்திய மத்திய வங்கியின் முக்கிய நோக்கங்களாகும்.

1. அந்நியச் செலாவணியை ஒழுங்குபடுத்துதல் மற்றும் நிர்வகித்தல்.

2. வலிமை வாய்ந்த போதுமான வங்கி மற்றும் கடன் அமைப்பு முறையை ஏற்படுத்துதல்.

3. தொழிற்சாலைகளுக்கு நிதி வசதியை அதிகரிப்பதற்காக தனிப்பட்ட சிறப்பான நிறுவனங்களை ஏற்படுத்துதல்.

4. நாட்டின் பொருளாதார முன்னேற்றத்திற்காக அரசு மற்றும் திட்ட அமைப்புகளுக்கு ஆதரவு தருதல்.

5. இந்திய வங்கி அமைப்பை நிர்வகித்தல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல்.

6. தேசத்தின் பணக்கொள்கையை நிறைவேற்றுதல்.

பணிகள்:

1. **ரூபாய் நோட்டு வெளியிடுதல்:** இந்திய மைய வங்கி ஒரு ரூபாய் நோட்டு, ஒரு ரூபாய் நாணயம் மற்றும் அதற்கு குறைந்த நாணயங்களைத் தவிர, அனைத்து ரூபாய் நோட்டுகளையும் அச்சிட்டு வெளியிடுவதற்கான தனி அதிகாரம் உடையது. இந்த ரூபாய் நோட்டுகள் இவ்வங்கியின் நோட்டு வெளியீட்டு துறையினரால் அச்சிட்டு வெளியிடப்படுகிறது.

2. **அரசின் வங்கியர்:** இந்திய மைய வங்கி அரசின் வங்கியராகவும், முகவராகவும் செயல்படுகிறது. இது கீழ்கண்ட சேவைகளை வழங்குகிறது.

அ. அரசின் ரொக்கக் கையிருப்பை கையாளுதல் மற்றும் பேணுதல்.

ஆ. அரசின் சார்பாக பணத்தை பெறுதல் மற்றும் செலுத்துதல்.

இ. அரசு பத்திரங்களை வாங்குதல் மற்றும் விற்றல்.

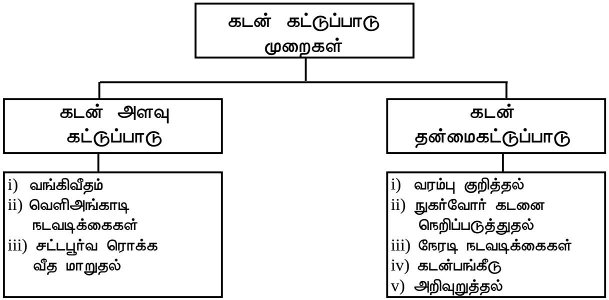
ஈ. அரசின் சார்பாக கருவூல உண்டியல்களை விற்பனை செய்தல்.

உ. ஐந்தாண்டு திட்டங்களுக்கான நிதி வழங்குதல், நாட்டின் அந்நிய செலுத்துநிலை (Balance of payment) செலாவணி சம்பந்தமான விவகாரங்களில் அரசுக்கு ஆலோசனை அளித்தல்.

ஊ. இவ்வங்கியானது பன்னாட்டு பண நிதி (IMF), உலக வங்கி (World Bank), பன்னாட்டு நிதி கழகம் (IFC) மற்றும் ஏற்றுமதி–இறக்குமதி வங்கிகள் ஆகியவற்றுடனான விவகாரங்களில் அரசின் முகவராக செயல்படுதல்.

3. **வங்கியர்களின் வங்கி:** வங்கி ஒழுங்காற்றுச் சட்டம் 1949–ன் படி, ஒவ்வொரு வங்கியும், இந்திய மைய வங்கியிடம் ஒரு குறிப்பிட்ட குறைந்தபட்ச ரொக்க கையிருப்பை வைத்திருப்பது கட்டாயமாகும். இதைத்தான் ரொக்க இருப்பு வீதம் என்கிறோம். பட்டியலிலுள்ள வங்கிகள் இந்திய மையவங்கியிடமிருந்து தகுதியான பிணையங்களின் அடிப்படையிலும் மற்றும் உண்டியல்களை மறு வட்டம் செய்வதன் மூலமும் கடன் உதவி பெறலாம். இவ்வாறாக இது வங்கியர்களின் வங்கியாக செயல்படுகிறது.

4. **கடன் கட்டுப்பாட்டாளர்:** நாட்டில் சீரான விலைவாசிகளை பேணுவதற்காக, இந்திய மையவங்கி பணப்புழக்கத்தையும், கடனையும் கட்டுப்படுத்துகிறது. பின்வரும் முறைகளை கையாண்டு இவ்வங்கி வணிகவங்கிகள் வழங்கும் கடனை கட்டுப்படுத்துகிறது.



பல்வகை கடன் கட்டுப்பாட்டு முறைகள்:

1. **கடனளவு கட்டுப்பாட்டு முறைகள்:** இம்முறையில் மைய வங்கி, வணிக வங்கிகளால் அளிக்கப்படும் கடன் அளவை கீழ்கண்ட கருவிகளின் மூலம் கட்டுப்படுத்துகிறது.

அ. வங்கி வீதம்: இது உண்டியல்களை, வங்கிகள் மத்திய வங்கியிடம் வட்டம் மற்றும் மறுவட்டம் செய்யும் கழிவு வீதத்தை குறிக்கிறது. பணவீக்கக் (Inflation) காலத்தில் இவ்வீதம் அதிகரிக்கப்படுகிறது. பணவாட்டத்தின் (Deflation) போது இவ்வீதம் குறைக்கப்படுகிறது.

ஆ. வெளிஅங்காடி நடவடிக்கைகள்: மத்திய வங்கியானது நேரடியாக வெளிஅங்காடிகளில் அரசு பத்திரங்களை வாங்குதலும், விற்றலும் வெளிஅங்காடி நடவடிக்கைகள் எனப்படுகிறது. பணவீக்கத்தின் போது மைய வங்கி பத்திரங்களை விற்கிறது. பணவாட்டத்தின் போது மைய வங்கி பத்திரங்களை வாங்கி, வணிக வங்கிகளுக்கு ரொக்கமளிக்கிறது.

இ. சட்டபூர்வ ரொக்க வீத மாறுதல்: ஒவ்வொரு வணிக வங்கியும் தன்னிடமுள்ள மொத்த இட்டு வைப்புகளின் அளவை பொறுத்து ஒரு குறைந்தபட்ச ரொக்க கையிருப்பை இந்திய மைய வங்கியிடம் இட்டு வைத்திருக்க வேண்டியது அவசியம். பணவீக்க காலத்தில் இவ்வீதம் உயர்த்தப்படுகிறது. பணவாட்டத்தின்போது இவ்வீதம் குறைக்கப்படுகிறது.

2. **கடன்தன்மை கட்டுப்பாட்டு முறைகள்:** இம்முறையை தேர்ந்தெடுத்த கடன் கட்டுப்பாட்டு முறை என்றும் கூறலாம். பின்வரும் கருவிகள் இம்முறையில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

அ. வரம்பு குறித்தல்: பிணையங்களின் மதிப்பின் அடிப்படையில் வங்கி கடன் வழங்குகிறது. கடன் தொகையானது வங்கியருடைய வரம்பு தேவையைப் பொறுத்தது. வரம்பு என்பது பிணையத்தின் சந்தை மதிப்பிற்கும், கடன் தொகைக்கும் உள்ள வித்தியாசத்தை குறிக்கிறது. மைய வங்கிக்கு இவ்வரம்புகளை மாற்றும் அதிகாரமுண்டு. இதனால், வணிக வங்கிகள் வழங்கும் கடன் கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது. பணவீக்க காலத்தில் அதிக வரம்பும், பண வாட்ட காலத்தில் குறைந்த வரம்பும் மைய வங்கியால் நிர்ணயிக்கப்படுகிறது.

ஆ. நுகர்வோர் கடன் நெறிப்படுத்துதல்: வாடிக்கையாளர்கள் பொருள்களையும், சேவைகளையும் உடனே பெற்று அதன் விலையை பின்னர் செலுத்துவதற்காக, வங்கிகளிடமிருந்து கடன் பெறுகின்றனர். நுகர்வோரின் நீண்டகால பொருள்களை வாங்குவதற்காக தரப்படும் ஒரு குறுகிய கால கடன் என்றும் கூறப்படுகிறது. நுகர்வோர் கடனை நெறிப்படுத்துவதற்காக, முன் கட்டும் பணஅளவிலும் அதிகபட்ச தவணைக் காலத்திலும் மாற்றம் செய்யப்படுகிறது. இவ்வாறாக, நுகர்வோர் கடன் மலிவாகவோ அல்லது விலை உயர்வாகவோ ஆக்கப்படுகிறது.

இ. நேரடி நடவடிக்கை: வங்கி கடனின் அளவை நெறிப்படுத்த, மையவங்கி, வணிக வங்கிகளுக்கு அவ்வப்போது வழிகாட்டு ஆணைகளை வெளியிடுகிறது. இவ்வாணை வாய்மொழியாகவோ, வேண்டுகோளாகவோ, எச்சரிக்கையாகவோ இருக்கலாம். இவ்வகை ஆணைகளின் மூலம் மைய வங்கி நாட்டின் மொத்த கடன் அளவை குறைக்கவோ அல்லது அதிகரிக்கவோ செய்யலாம்.

ஈ. கடன் பங்கீடு (Rationing of Credit)~ வணிக வங்கிகள் வழங்கும் கடன் எந்த நோக்கத்திற்காக வழங்கப்படுகிறது என்பதை நெறிப்படுத்தி கட்டுப்படுத்தும் முறையே இதுவாகும். இது இரண்டு வகைப்படும்.

1. **மாறும் துறை உச்சவரம்பு:** இம்முறையில் மைய வங்கி ஒவ்வொரு வணிக வங்கிக்கும் மொத்த கடன் மற்றும் முன் பணத்திற்கு ஒரு உச்ச வரம்பை நிர்ணயிக்கிறது.

2. **மாறும் மூலதன சொத்துக்கள் விகிதம்:** இம்முறையில் மைய வங்கியானது, வணிக வங்கியின் மூலதனத்திற்கும், மொத்த சொத்துக்களுக்கும் இடையே இருக்க வேண்டிய விகிதத்தை நிர்ணயிக்கிறது. இந்த வீதத்தை மாற்றுவதன் மூலம் கடனை நெறிப்படுத்தலாம்.

உ. **அறிவுறுத்தல்:** இந்திய மைய வங்கியில் கையாளப்படும். ஒரு கருணை மிக்க முறையாகும். இம்முறையில் வணிக வங்கிகள் கடிதங்கள் எழுதுவதன் மூலமாகவும், இயக்குநர் அவை கூட்டம் நடத்துவதன் மூலமும் தனது ஆணைகளை பின்பற்றி செயல்பட ஆலோசனைகளையும், அறிவுரைகளையும் மையவங்கி வழங்குகிறது.

5. **அந்நிய செலாவணி இருப்புகளின் பாதுகாப்பாளர்:** ஏனைய தேசங்களின் பணத்தின் மதிப்பை ஒட்டி அந்நிய செலாவணி இருப்பையும், இந்திய நாட்டு ரூபாயின் மாற்றத்தக்க மதிப்பையும் மைய வங்கி கட்டுப்படுத்துகிறது. அந்நிய செலாவணிகள் மத்திய வங்கியிடமோ அல்லது அதன் அதிகாரம் பெற்ற வங்கியிடமோதான் மாற்றம் செய்யப்படவேண்டும்.

6. **புள்ளி விபரங்களை பிரசுரம் செய்தல்:** நிதி, உற்பத்தி செலுத்துநிலை, விலைவாசி போன்ற பொருளாதார விவகாரங்களைப் பற்றிய புள்ளி விபரங்களைச் சேகரித்து மைய வங்கி அறிக்கைகள் மற்றும் வெளியீடுகள் மூலமாக பிரசுரம் செய்கிறது.

7. **வங்கிகளின் மத்திய தீர்வகம்:** இந்திய மைய வங்கியானது, பல்வேறு வணிக வங்கிகளுக்கு இடையேயான கணக்குகளை தீர்வு செய்வதில் ஒரு மத்திய தீர்வகமாக செயல்படுகிறது. மைய வங்கியின் கிளைகள் இல்லாத இடங்களில், பாரத ஸ்டேட் வங்கியானது இவ்வேலையை செய்கிறது.

8. **மேம்பாட்டு மற்றும் வளர்ச்சி பணிகள்:** விவசாயம், தொழிற்சாலை, ஏற்றுமதி ஆகிய இவற்றின் வளர்ச்சிக்கு மைய வங்கி நிதி உதவி செய்கிறது. மைய வங்கி, பொருளாதார ரீதியாக பலவீனமாக உள்ள பகுதிக்கும், முன்னுரிமை பகுதிகளுக்கும் சலுகை வீதத்தில் கடன் உதவியளிக்கிறது. மைய வங்கி, வணிக வங்கிகளும் மற்ற நிதி நிறுவனங்களும் மறுவட்டம் செய்ய வசதியாக நெறிமுறைப்படுத்தப்பட்ட உண்டியல் சந்தையை வளர்ப்பதில் முக்கிய பங்கு எடுத்துக்கொள்கிறது. தேசத்தின் வங்கி அமைப்பு முறையின் வளர்ச்சிக்கும், நெறிப்படுத்தப்படுதலுக்கும் மைய வங்கி உதவுகிறது. முன்னனி வங்கி (Lead Bank) திட்டத்தின் மூலம் வங்கி வசதிகளை தேசத்தின் பல்வேறு மூலை முடுக்குகளுக்கும் சென்றடையுமாறு மைய வங்கி செய்கிறது. இம்மைய வங்கி இந்திய தொழில் வளர்ச்சி வங்கி (IDBI), இந்திய தொழில் நிதி கழகம் (IFC), இந்திய தொழில் கடன் மற்றும் முதலீட்டுக் கழகம் (ICICI), சிறு தொழில் வளர்ச்சி வங்கி (SIDBI) ஆகியவற்றை மேம்படுத்துவதில் மையவங்கி உதவியுள்ளது.

இணைய வங்கி (Internet Banking) :

இணையம் மூலமாக நடத்தப்படும் வங்கி நடவடிக்கைகளை இணைய வங்கியியல் என்கிறோம். இதனை மின்னணு வங்கியியல் என்றும் கூறலாம். பல வங்கிகள் தாங்களே உரிய இணைய தளத்தை வைத்துள்ளன. இணையம் மூலமாக கணக்கு பற்றிய தகவல்கள், வேண்டுதலின் பேரில் அறிக்கைகள் மற்றும் காசோலை புத்தகங்கள் வழங்குதல் ஆகிய சேவைகளை தருகின்றன. 1995–ல் அமெரிக்காவில் தொடங்கப்பட்ட பர்ஸ்ட் செக்யூரிட்டி நெட்ஒர்க் வங்கிதான் (First Security Network Bank) இணைய வங்கியியலின் முதல்படி. இவ்வகை வங்கிகள் தானியங்கி அட்டை (ATM), விசா காசோலை மற்றும் மின்னணு இயந்திரம் மூலம் உண்டியல் செலுத்துகை வசதிகளையும் வழங்குகிறது. எடுத்துக்காட்டாக, நாம் WWW.onlinesbi.com இணைய தளத்தின் மூலம் பாரத ஸ்டேட் வங்கியின் இணைய தள வங்கி சேவையை பெறலாம். இவ்வகை சேவைகள் பாரத ஸ்டேட் வங்கியின் சில குறிப்பிட்ட கிளைகளில் மட்டுமே உள்ளது. நமது இடத்திலிருந்து நமது தனிப்பட்ட கணிப்பொறி மூலமாக நமது வங்கி கிளையுள்ள நமது கணக்குகளை அணுகி பார்க்க முடியும். இணைய வங்கி சேவையை பயன்படுத்தி கீழ்காணும் நடவடிக்கைகளை செய்து கொள்ளலாம்.

1. நமது கணக்குகளை அணுகி பார்த்து இருப்புநிலையை தெரிந்து கொள்ளலாம்.
2. தேதி வாரியாகவும், தொகை வாரியாகவும், நடிவடிக்கை வாரியாகவும் கணக்கு நிலைகளைப் பற்றி விசாரணை செய்து கொள்ளலாம்.
3. நமது வங்கியிலுள்ள கணக்குகளிடையே நமது நிதி மாற்றங்களை கேட்டு செய்து கொள்ளலாம்.
4. நமது கணக்கிலிருந்து மூன்றாவது நபருக்கு நிதி மாற்றங்களை செய்து கொள்ளலாம்.
5. காசோலை புத்தகங்களை கேட்டுப் பெறலாம்.
6. காசோலை மீது பணம் வழங்கலை நிறுத்தும்படி கேட்கலாம்.
7. நமது கணக்கிலிருந்து பணவிடை மற்றும் வங்கி வரைவோலை (Bank Cheque)-களை வழங்குமாறு கேட்கலாம்.
8. பருவகால வைப்பு (Term Deposit) மற்றும் சிறப்பு பருவகால வைப்பு (Special Term Deposit) வழங்கும்படி கேட்கலாம்.
9. பருவகால வைப்பு (TDR) மற்றும் சிறப்புபருவகால வைப்பு (STDR) ஆகியவற்றை புதுப்பிக்கும்படி கேட்கலாம்.
10. நமது கணக்கு சம்பந்தமாக நிலை ஆணைகளை வங்கிக்கு கொடுக்கலாம்.

மின்னணு நிதி மாற்றம் (Electronic Fund Transfer):

காகித அடிப்படையிலான காசோலை, வரைவோலை, லாப ஈவு மற்றும் வட்டி சான்றாணைகளை கணக்கிலிட்டு சரி செய்ய நீண்ட நேரம் ஆகிறது. கணிணியை பயன்படுத்துவதன் மூலம் மின்னணு வாயிலாக தகவல்கள் அதிக வேகமாக அனுப்பப்படுவதால் கணக்குகளை மிக விரைவில் சரிகட்ட முடிகிறது. புள்ளி விபர தகவல்களை பயன்படுத்தி கணக்குகளிடையே நிதி மாற்றம் செய்வதையே மின்னணு நிதி மாற்றம் என்கிறோம். மின்னணு நிதி மாற்றம் (EFT) என்பது ஒரு வாடிக்கையாளர் தனது வங்கிக்கோ அல்லது ஒரு வங்கி இன்னொரு வசதிக்கோ மின்னணு மூலமாக அனுப்பப்பட்ட தகவல்கள் மூலம் செய்யப்படும் நிதி மாற்றமாகும்.

இந்தியாவில் மின்னணு நிதி மாற்றம்:

1. 1995–ல் இந்திய மையவங்கி மும்பை, டெல்லி, கல்கத்தா மற்றும் சென்னை ஆகிய மாநகரங்களில் மின்னணு தீர்வக முறையை நிதி மாற்றம் செய்ய அறிமுகப்படுத்தியது.

2. மென்தட்டு மூலமாக புள்ளி விபரங்களை ஒன்று சேர்த்து, கணக்கு தீர்க்கும் முறையை வங்கிகளில் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது.

3. 1997–ல் இந்திய மைய வங்கி மும்பையில் மின்சார கட்டணத்தை செலுத்துவதற்கு மின்னணு தீர்வக சேவையை தொடங்கியது.

காசோலை

காசோலை பணம் அளித்தல் மற்றும் வங்கியிலிருந்து பணம் பெறுவதற்கான ஒரு சுலபமான மற்றும் பாதுகாப்பான ஒரு வழியாகும். மாற்றுமுறை ஆவணச்சட்டம் 1881–ன் படி "காசோலை என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட வங்கியர் மீது வரையப்பட்ட, கேட்கும் போது தரப்பட வேண்டிய ஒரு மாற்றுமுறை உண்டியல் (Bills of Exchange) ஆகும்". காசோலையில் மூன்று நபர்கள் சம்பந்தப்பட்டுள்ளனர்.

1. வரைபவர் அல்லது எழுதுபவர் **(Drawer):** இவர் குறிப்பிடப்பட்ட நபருக்கு குறிப்பிட்ட அளவு பணத்தை தருமாறு வங்கிக்கு ஆணையிட்டு காசோலையை எழுதுபவர் ஆவார்.

2. எழுதப்படுவோர் **(Drawee):** காசோலையில் கண்டுள்ள தொகையை தருமாறு காசோலை எந்த வங்கியருக்கு ஆணையிடப்படுகிறதோ அவ்வங்கியே எழுதப்படுபவராவார்.

3. பணம் பெறுவோர் **(Payee):** காசோலையில் கண்டுள்ள பணம், யாருக்குத் தரப்பட வேண்டுமோ அவரே பணம் பெறுபவர் ஆவார். எழுதுபவரே பணம் பெறுபவராகவும் இருக்கலாம்.

தன்மைகள்: பின்வருபவை ஒரு காசோலையின் முக்கிய தன்மைகளாகும்.

1. காசோலை என்பது ஒரு எழுதப்பட்ட ஆவணம்: பென்சிலால் எழுதப்படுவது அனுமதிக்கப்படுவதில்லை.

2. இது நிபந்தனையற்ற ஒரு உத்தரவைக் கொண்டுள்ளது: சில நிபந்தனைகளுக்கு உட்பட்டு பணம் தருமாறு ஆணையிட்டு எழுதப்படுவது ஒரு காசோலை ஆகாது.

3. இது ஒரு குறிப்பிட்ட வங்கியரின் மேல் எழுதப்படுவது: ஒரு காசோலை ஒருகுறிப்பிட்ட வங்கியரின் மீது எழுதப்பட வேண்டும். வங்கியரின் பெயர் தெளிவாக குறிப்பிடப்பட வேண்டும். வழக்கமாக வங்கி தனது வாடிக்கையாளருக்கு அச்சிடப்பட்ட காசோலை புத்தகங்களை வழங்குகிறது. காசோலையில் வங்கியரின் பெயரும், அதன் கிளையுள்ள இடமும் குறிப்பிடப்படுகிறது.

4. குறித்த அளவு பணம் மட்டுமே: வங்கியரால் தரப்படுமாறு ஆணையிடப்பட்ட பணம் அல்லது தொகை, தெளிவாக குறிப்பிடப்பட்ட தொகையாகவும், பணமாகவும் மட்டுமே இருத்தல் வேண்டும்.

5. எழுதுவோர் கையெழுத்து: காசோலையை எழுதுபவர் அதில் தனது கையொப்பத்தை இட வேண்டும். மேலும், இக்கையொப்பம் வங்கியரிடமுள்ள மாதிரி கையெழுத்துடன் ஒத்து இருக்க வேண்டும்.

6. கேட்கும் போது தரப்பட வேண்டியது: காசோலையில் குறிப்பிட்டுள்ள தொகை, கேட்கும் போது தரப்பட வேண்டியதாகும். கேட்கப்படாத காசோலைக்கு பணம் தரப்பட வேண்டியதில்லை.

7. பணம் பெறும் நபர் குறிப்பிடப்பட்டவராக இருத்தல் வேண்டும்: யாருக்கு பணம் தரப்பட வேண்டுமோ அவரது பெயர் தெளிவாக குறிப்பிடப்பட வேண்டும். ஒரு குறிப்பிட்ட நபருக்கோ அல்லது காசோலையை கொணர்பவருக்கோ, பணம் தருமாறு காசோலை எழுதப்படலாம்.

காந்த மை எழுத்து உணர்வி காசோலை: (Magnetic Inc Character Recognition)

காந்த மை எழுத்து உணர்வி காசோலை மனித உழைப்பையும், நடவடிக்கை காலத்தையும் குறைக்க ஒரு நவீன கால காசோலையாகும். இம்முறையில் இரும்பு ஆக்ஸைடு கலந்த மையை உபயோகித்து காசோலையில் எழுத்துக்களை அச்சடிக்கும் ஒரு நவீன இயந்திரம் பயன்படுத்தப்படுகிறது. இந்த எழுத்துக்கள் மனிதர்களாலும், கணிணியின் உணர்வு கருவிகளாலும் படிக்கப்பட முடியும். இக்காசோலையின் மீது முன்னதாகவே காந்த மை எழுத்துக்களால் வங்கியின் அடையாள எண், வாடிக்கையாளரின் கணக்கு எண் மற்றும் காசோலை எண் ஆகியவை அச்சடிக்கப்பட்டிருக்கும். இவ்வகை காசோலை வங்கிக்கு அனுப்பப்படும் போது கணிணியில் செயல்முறைக்கு அனுப்பப்படுமுன்னரே காசோலைத்தொகை குறியிடப்படுகிறது (encoded).

காந்த மை எழுத்து உணர்வி காசோலையின் நன்மைகள்:

1. காசோலைகளுக்கான கணக்கு தீர்வக நேரம் மிகவும் குறைக்கப்படுகிறது.
2. இவ்வெழுத்துக்கள் சுலபமாக படிக்கக்கூடியதாக இருப்பதால் தவறுகள் பெருமளவு குறைக்கப்படுகிறது.
3. வங்கிகளுக்கிடையேயான கணக்கு தீர்வுகள் மிக விரைவாக நடைபெறுவதால், ஒவ்வொரு வங்கியின் நிகர இறுதிநிலையை விரைவில் தெரிந்து கொள்ள முடிகிறது.
4. மனிதர்களால் வகைப்படுத்தப்படும் வேலையும், மொத்த தொகை கணக்கிடும் வேலையும் பெருமளவு குறைக்கப்படுகிறது.

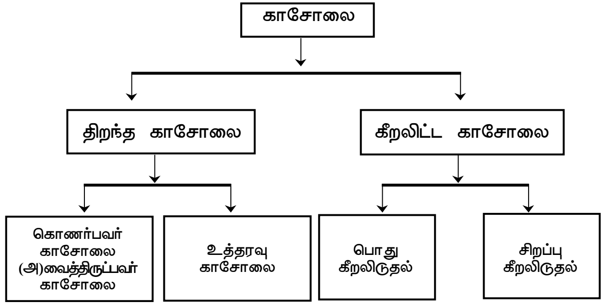
காந்த மை எழுத்து உணர்வி காசோலையின் குறைபாடுகள்:

1. இவ்வகை காசோலைகள் உயர்தர மற்றும் சிறப்பு மையினால் தயாரிக்கப்பட வேண்டியுள்ளதால் செலவு அதிகமாகிறது.
2. இவ்வகை காசோலைகளை கையாளுவதற்கு வாடிக்கையாளருக்கு பயிற்சி அளிக்கப்பட வேண்டியுள்ளது.
3. இவ்வகை காசோலையில் அடிக்கட்டை இல்லாததால் வாடிக்கையாளருக்கு சிரமம் ஏற்படுகிறது.

காசோலை கீறலிடுதல்–வகைகள்:

காசோலையின் இடதுபக்க மேல் மூலையில் இரு குறுக்குக் கோடுகள் வரைதலையே கீறலிடுதல் என்கிறோம். காசோலை பெறுநருக்கு தொகையை

நேரடியாக வழங்க வேண்டாம் என வங்கியருக்கு இடும் உத்தரவே கீறலிடுதலாகும். கீறலிடுதல் வங்கியருக்கு காசோலைத் தொகையை ஏதாவது ஒரு வங்கியருக்கு மட்டும் தரும்படியோ அல்லது வாடிக்கையாளரின் கணக்கில் வரவு வைக்கும்படியோ பணிக்கும் உத்தரவாகும்.



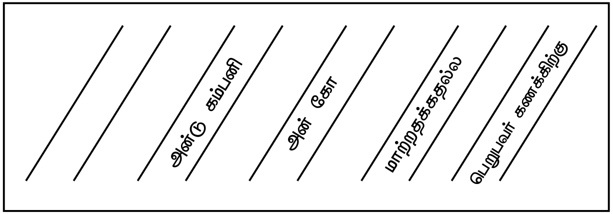
1. **திறந்த காசோலை:** ஒரு திறந்த காசோலைக்கு, வங்கியின் பணம் பெறும், தரும் இடத்தின் வழியாக நேரடியாக பணம் தரப்படுகிறது. இக்காசோலையை பணம் தருமிடத்திலேயே பணமாக்கிக் கொள்ள முடியும். இருவகை திறந்த காசோலைகள் உள்ளது.

அ. கொணர்பவர் காசோலை: ஒரு காசோலையானது, ஒரு குறிப்பிட்ட நபருக்கோ அல்லது காசோலையை கொணர்பவருக்கோ பணம் தருமாறு எழுதப்பட்டிருந்தால் அதற்கு கொணர்பவர் காசோலை என்று பெயர். உதாரணம்: "தங்கராசு அல்லது கொணர்பவருக்கு கொடு"

ஆ. கீறலிட்ட காசோலை: "அன் கோ" (& Co), "மாற்றத்தக்கதல்ல" (Not Negotiable) என்ற வார்த்தைகள் உள்ளடங்கிய இரண்டு குறுக்குக் கோடுகள் உள்ள காசோலையை கீறலிட்ட காசோலை என்கிறோம். கீறலிடுதலை இரண்டு வகையாக பிரிக்கலாம்.

1. பொதுக் கீறலிடுதல் 2. சிறப்பு கீறலிடுதல்.

பல்வேறு பொதுக்கீறலிடுதல் கீழ் காட்டப்பட்டுள்ளன.



படம் 1. படம். 2. படம். 3. படம்.4. படம்.5.

1. **பொதுக்கீறலிடுதல்:** அண்டு கம்பெனி (and Company) அல்லது அதன் குறுக்கம் உள்ளடங்கிய இரண்டு குறுக்குக் கோடுகளுடன் அல்லது வெறும் இரண்டு குறுக்குக் கோடுகளுடன் "மாற்றத்தக்கதல்ல" என்ற வார்த்தையுடனோ அல்லது இவ்வார்த்தை இல்லாமலோ உள்ள காசோலை பொதுக்கீறலிட்ட காசோலை எனப்படுகிறது.

பொதுக்கீறலிடுதலின் முக்கியத்துவம்:

1. ஒரு காசோலை பொதுக்கீறலிடப்பட்டதாக இருந்தால், வங்கியர் அதற்கு நேரடியாக பணம் தரக்கூடாது. இன்னொரு வங்கியருக்கு மட்டுமே பணம் தருமாறு பணம் தரும் வங்கியர் (Paying Banker) பணிக்கப்படுகிறார்.

2. ஒருவேளை இக்காசோலையானது தொலைந்த பின்னரோ அல்லது திருடப்பட்ட பின்னரோ பணமாக்கப்பட்டிருந்தால், அப்பணத்தைப் பெற்றவரை சுலபமாகக் கண்டு பிடிக்க முடியும். அதனால் கீறலிடுதல் பாதுகாப்பை உறுதி செய்கிறது.

உதாரணமாக, தங்கராசு என்பவர் சேலத்திலுள்ள பாரத ஸ்டேட் வங்கி மீது வரையப்பட்ட ரூ.500–க்கான காசோலையை பெற்றால்:

அ. அவர் சேலத்திலுள்ள பாரத ஸ்டேட் வங்கிக்கு சென்று பணம் கேட்டால் அவருக்கு பணம் தரப்பட மாட்டாது.

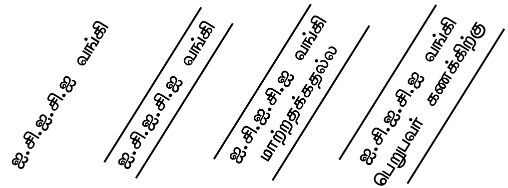
ஆ. அவருக்கு சேலத்திலுள்ள பாரத ஸ்டேட் வங்கியில் கணக்கிருந்தால், அவர் தனது வங்கியரை இக்காசோலைத்தொகையை தன் கணக்கில் வரவு வைக்குமாறு பணிக்கலாம். அதன்பிறகு, அவர் எப்போது வேண்டுமானாலும் இப்பணத்தை எடுத்துக்கொள்ளலாம்.

இ. அவருக்கு வேறு ஒரு வங்கியில் கணக்கிருந்தால், அக்காசோலையை வசூல் செய்து தன் கணக்கில் வரவு வைப்பதற்காக தனது வங்கியருக்கு அனுப்பலாம்.

ஈ. இவருக்கு எந்த வங்கியிலும் கணக்கில்லாத பட்சத்தில், அதே பாரத ஸ்டேட் வங்கியிலோ அல்லது வேறு வங்கியிலோ கணக்கு வைத்திருப்பவர் மூலமாக இக்காசோலைக்கு பணம் பெறலாம்.

2. சிறப்பு கீறலிடுதல்:

வங்கியரின் பெயர் காசோலையில் குறிக்கப்பட்டிருந்தால் அது சிறப்பு கீறலிடுதலாகும். "ஒரு வங்கியரின் பெயர் காசோலையில் "மாற்றத்தக்கதல்ல" என்ற வார்த்தைகளுடனோ அல்லது இந்த வார்த்தை இல்லாமலோ குறிப்பிடப்பட்டிருந்தால் அக்காசோலை சிறப்பு கீறலிடப்பட்டதாகக் கருதப்படும். காசோலையில் குறிப்பிடப்பட்ட அந்த வங்கியருக்காக மட்டுமே சிறப்பாக கீறலிட்டதாக கருதப்படும்". சிறப்பு கீறலிடுதலில் இரண்டு குறுக்குக் கோடுகள் அவசியமில்லை. பல்வகையான சிறப்பு கீறலிடுதல் கீழே காட்டப்பட்டுள்ளன.



படம் .1 படம் .2 படம் .3 படம். 4

சிறப்பு கீறலிடுதலின் முக்கியத்துவங்கள்:

1. இவ்வகை காசோலைக்கு பணம் தரும் வங்கியர் (Paying Banker) காசோலையில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள வங்கியருக்கோ அல்லது அவரது வசூலிக்கும் முகவருக்கோ பணம் தரவேண்டும். இவ்வகை கீறலிடுதல் மிகவும் பாதுகாப்பானது.

2. உதாரணமாக ஒருவர், தங்கராசு என்பவருக்கு ரூ.5000–க்கு சேலம் பாரத ஸ்டேட் வங்கி காசோலை வழங்கும் பொழுது அக்காசோலையில் ICICI Bank Ltd., என்று குறிபிட்டிருந்ததாக வைத்துக்கொள்வோம். இதில் பணம் தரும் வங்கியான சேலம் பாரத ஸ்டேட் வங்கி அக்காசோலை தொகையை ICICI வங்கிக்கோ அல்லது அதனது வசூலிக்கும் முகவருக்கோ பணம் தரவேண்டும்.

மாற்றத்தக்கதல்ல கீறல் (Not Negotiable Crossing):

மாற்றத்தக்கதல்ல என்ற வார்த்தைகள் பொதுக்கீறலுடனோ அல்லது சிறப்பு கீறலுடனோ ஒரு காசோலையில் இடம் பெற்றால், அக்காசோலை மாற்றப்படும் தன்மையை இழந்து விடுகிறது. இத்தகைய காசோலையை தனக்கு மாற்றம் (Transferee) பெற்றவர், அதனை நல்ல நம்பிக்கையுடனும் தகுந்த மறுபயன் (Consideration) கொடுத்து பெற்றிருந்த போதிலும், தனக்கு மாற்றம் செய்து தந்தவரைக் (Transferor) காட்டிலும் அதிக உரிமைத்தன்மை பெற முடியாது. இவ்வாறு மாற்றம் செய்து தந்தவருக்கு குறைபாடுள்ள உரிமைத்தன்மை இருந்திருந்தால், மாற்றம் பெற்றவரும் குறைபாடுள்ள உரிமைத் தன்மையையே பெறுகிறார். ஒரு திருடப்பட்ட எழுதுகோலைப் பெற்றவர், திருடனை விட சிறந்த உரிமையைப் பெறாததைப் போன்றதே இது.

பணம் பெறுபவர் கணக்கு கீறல் (Account Payee Crossing)

"பணம் பெறுபவர் கணக்கு" (A/C Payee)" அல்லது "பணம் பெறுபவர் மட்டும்" (A/C Payee only) அல்லது "தங்கராசு கணக்கு (A/C Thangarasu)" போன்ற வார்த்தைகள் பொதுக் கீறலுடனோ அல்லது சிறப்பு கீறலுடனோ ஒரு காசோலையில் காணப்பட்டால், அதை வசூலிக்கும் வங்கியர் (Collecting Banker) இக்காசோலைக்கான பணத்தை வசூலித்து அக்குறிப்பிட்ட கணக்கில் மட்டும் வரவு வைக்கும்படியான ஒரு உத்தரவாகும். இக்கீறலிடுதல் வரையறை கீறல் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. இவ்வகை காசோலை திருடப்பட்டாலோ அல்லது தொலைந்து போனாலோ இக்காசோலையின் மீது பணம் பெறுவது மிகவும் கடினம். ஏனெனில், ஒரு வங்கியர் தன்னிடம் கணக்கு வைத்திருக்காத ஒருவருக்காக இச்காசோலையை வசூலிக்க மாட்டார்.

மேலெழுதுதல் (Endorsement)

விளக்கம்:

மாற்றத்தக்க ஆவணங்களின் பின் பக்கத்தில் பணம்பெறுபவரின் பெயரை எழுதுவதையே பின் எழுதுதல் (அ) மேலெழுதுதல் என்கிறோம். காசோலை போன்ற மாற்றுமுறை ஆவணங்களின் மீது பணம் பெறும் உரிமை பெற்ற ஒருவர், தனது இவ்வுரிமையை அவ்வாவணத்தின் பின்புறம் கையொப்பம் இடுவதன் மூலம் பிறருக்கு மாற்றித் தரமுடியும். பின்எழுதி கையொப்பமிடுவோரை "மேலெழுதுபவா" (Endorser) என்றும் அதன் உரிமையை பெறும் நபரை"மேலெழுதப்பட்டவர்" (Endorsee) என்றும் அழைக்கப்படுகிறார்கள்.

மாற்றுமுறை ஆவணச்சட்டம் 1881 பிரிவு 15, பின்எழுதுவதை பின்வருமாறு விளக்குகிறது. "ஒரு மாற்றுமுறை ஆவணத்தை எழுதியவரோ அல்லது வைத்திருப்பவரோ அந்த ஆவணத்தை மாற்றம் செய்யும் நோக்கத்தோடு, அவ்வாவணத்தின் முன்புறமோ அல்லது பின்புறமோ அல்லது அதனுடன் இணைக்கப்பட்ட ஒரு தாளிலோ கையொப்பமிட்டால், அவர் அதனை பின்எழுதி கொடுத்ததாக கருதப்படும். இவ்வாறு எழுதிக்கொடுத்தவரை பின்எழுதியவர் (Endorser) என்கிறோம்.

மேலெழுதுதலின் வகைகள்:

1. பெயர் குறிப்பிடாத மேலெழுதுதல் (Endorsement in blank): பின்எழுதுபவர் யாருக்கு இம்மாற்றுமுறை ஆவணம் மாற்றித்தரப்படுகிறது என்பதை குறிப்பிடாமல், தனது கையொப்பம் மட்டுமே பின்புறம் இட்டால் அதனை பெயர் குறிப்பிடாத திறந்த பின் எழுதுதல் என்கிறோம். ஆதலால், இவ்வாவணத்தைக் கொணரும் நபருக்கே, அவ்வாவணத்தின் தொகை வழங்கப்படும்.

2. முழுமையான அல்லது சிறப்பு மேலெழுதுதல் (Endorsement in full or special endorsement): பின்எழுதுபவர் ஆவணத்தில் கண்டுள்ள தொகையை ஒரு குறிப்பிட்ட நபருக்கோ அல்லது அவரது உத்தரவு பெற்றவருக்கோ பணத்தை தருமாறு பணித்தால் அதற்கு முழுமையான பின்எழுதுதல் என்கிறோம். இதை சிறப்பு பின்எழுதுதல் என்றும் கூறலாம்.

உதாரணம்: எல். ராஜன் அல்லது உத்தரவு பெற்றவருக்கு கொடு.

3. வரையறை மேலெழுதுதல் (Restrictive Endorsement): பின்எழுதுபவர் மாற்றுமுறை ஆவணத்தின் உரிமை மாறுதலை வரையறை செய்தால் அவ்வகை பின்எழுதுதலை வரையறை பின்எழுதுதல் என்கிறோம்.
உதாரணம்: எல். ராஜனுக்கு மட்டும் கொடு.

4. நிபந்தனை மேலெழுதுதல் (Conditional Endorsement): பின்எழுதுபவர் இந்த ஆவணத்தின் மீது பெறும் உரிமையை ஒரு நிபந்தனைக்கு உட்படுத்தி இன்னொருவருக்கு மாற்றம் செய்தால், இதனை நிபந்தனை பின்எழுதுதல் என்கிறோம். இம்முறையில் பின்எழுதப்பட்டவர் (Endorsee) அதிலுள்ள நிபந்தனையை பூர்த்தி செய்த பின்னரே அதன்மீதான பணம் பெறும் உரிமையை பெறுகிறார். உதாரணம்: இரண்டு மாதங்களுக்குள் அமெரிக்காவிலிருந்து திரும்பி வந்தால் எல். ராஜனுக்கு கொடு.

5. தன்பொறுப்பில்லா மேலெழுதுதல் (Sans Recourse Endorsement): மாற்றுமுறை ஆவணம் மறுக்கப்படும் போது அதனால் ஏற்படும் பொறுப்பிலிருந்து தன்னை விடுவித்துக் கொள்ளும் வண்ணம், பின்எழுதுபவர் பின்எழுதிக் கொடுத்தலையே தன்பொறுப்பில்லா மேலெழுதுதல் என்கிறோம். "என்னிடம் திரும்பவராதே" என்பதே இதன் அர்த்தம். இவ்வார்த்தை மேலெழுதிய பின் சேர்க்கப்படும் வார்த்தையாகும்.

உதாரணம்: "ராஜனுக்கு கொடு – என்னிடம் வராதே".

6. கடமைதவிர் மேலெழுதுதல் (Facultative Endorsement): பின்எழுதுபவர் மாற்றுமுறை ஆவணம் மறுக்கப்படும்போது (dishonor) அதற்கான அறிவிப்பு (notice) தனக்கு தேவையில்லை என்று தனது உரிமையை விட்டுக் கொடுத்து பின்எழுதினால், அதுவேஅவமறியாதை அறிக்கை தேவையில்லை என்று மேலெழுதுதல் எனப்படுகிறது.

உதாரணம்: "ராஜனுக்கு கொடு, மறுப்பிற்கான அறிவிப்பு உரிமை விட்டு கொடுக்கப்படுகிறது".

காசோலை மறுப்பு (Dishonour of Cheque): வாடிக்கையாளர்களின் காசோலைக்கு பணமளித்தல் ஒரு வங்கியரின் சட்டபூர்வ கடமையாகும். போதுமான காரணமில்லாமல் ஒரு வங்கியர், தனது வாடிக்கையாளரின் காசோலைக்கு பணம் தர மறுத்தாலோ அல்லது தவறினாலோ, வங்கியர் தகுதியான நல்ல காரணங்களின்றி பணம் தர மறுக்கக்கூடாது. பின்வரும் சந்தர்ப்பங்களில் வங்கியர் வாடிக்கையாளரின் காசோலைக்கு பணம் தர மறுக்கலாம்.

1. எழுதியவர் தடைசெய்தால் : வாடிக்கையாளர் தன்னால் கொடுக்கப்பட்ட ஒரு குறிப்பிட்ட காசோலைக்கு பணம் தர வேண்டாம் என்று வங்கியரை பணிக்கலாம். இதை நாம் பணம் தருதலை நிறுத்துதல் (Countermanding of cheque) அல்லது தடைசெய்தல் என்கிறோம்.
2. வாடிக்கையாளரின் இறப்பு பற்றிய தகவல்: வங்கியர், வாடிக்கையாளரின் இறப்பு பற்றிய அறிவிப்பையோ அல்லது தகவலையோ பெற்றால் அதன்பின், வாடிக்கையாளர் இறப்பதற்கு முன்கொடுத்த காசோலைகளுக்கு பணம் தரக்கூடாது. "காசோலை எழுதியவர் இறந்துவிட்டார்" என்ற குறிப்புடன் அக்காசோலைகளை திருப்பி அனுப்பிவிட வேண்டும்.

3. வாடிக்கையாளர் புத்திசுவாதீனம் இன்மை: வாடிக்கையாளர் புத்திசுவாதீனம் இன்மை பற்றிய அறிவிப்பையோ அல்லது தகவலையோ பெற்றால், அதன்பின் வங்கியர் அவரால் கொடுக்கப்பட்ட காசோலைகளுக்கு பணம் தரக்கூடாது.
4. நொடிப்புநிலை (Insolvency): வங்கியர் தனது வாடிக்கையாளர் பணமின்றி நொடிப்புநிலை அடைந்துவிட்டார் என்பது தெரியவரும்போது அவரது காசோலைகளுக்கு பணம் தரக்கூடாது.
5. நீதிமன்ற உத்தரவு: வாடிக்கையாளரின் சொத்துக்கள் பிணையமாக நீதிமன்ற ஆணையில் இணைக்கப்பட்டிருந்தால் வங்கியர் அவரது காசோலைகளுக்கு பணம் தரக்கூடாது. இவ்வித நீதிமன்ற ஆணையை "கார்னிஷ் உத்தரவு" (Garnishee Order) என்கிறோம்.
6. ஒதுக்கீட்டு நியமன அறிவிப்பு (Notice of Assignment): வங்கியர் ஒரு வாடிக்கையாளர் தனது கணக்கிலுள்ள பணத்தினை இன்னொருவருக்கு ஒதுக்கீட்டு நியமனம் செய்த தகவல் பெறும்போது, அவரது காசோலைகளுக்கு பணம் தரக்கூடாது.
7. அறக்கட்டளை விதிகளை மீறுதல்: வங்கியர் அறக்கட்டளையின் பொறுப்பிலுள்ள தனது வாடிக்கையாளர் அறக்கட்டளையின் விதிகளை மீறி அதன் நிதிகளை தவறான வழிகளில் பயன்படுத்துவது தெரியவரும் போது, அவரது காசோலைகளுக்கு பணம் தரக்கூடாது.
8. காசோலை கொணர்பவரின் உரிமை குறைபாடு தெரியவரும்போது: காசோலையை கொணர்பவர், அதன் உண்மையான உரிமையாளர் அல்ல என்று நம்பும்போது அக்காசோலைக்கு பணம் தரக்கூடாது.
9. போதிய நிதியின்மை: வாடிக்கையாளரின் கணக்கில் போதுமான அளவு பணம் இல்லாத போது, வங்கியர் பணம் தர மறுக்கலாம்.
10. பின்தேதியிட்ட காசோலை (Post-dated Cheque): காசோலையில் எதிர்வரும் தேதி (Future date) குறிப்பிட்டு இருந்தால், அதற்கு வங்கியர் பணம் தரக்கூடாது.
11. காலாவதியான காசோலை (Stale Cheque): ஒரு காசோலையானது 6 மாதத்திற்கும் மேலாக புழக்கத்திலிருந்த பின், வங்கியரிடம் வரும்பொழுது பழமையான அல்லது காலக்கெடு முடிந்த காசோலை என்று குறிக்கப்படுகிறது. இதற்கு வங்கியர் பணம் தரக்கூடாது.

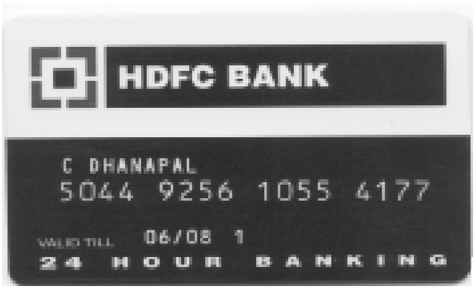
12.கையொப்பம் மாறுதல்: வாடிக்கையாளரின் மாதிரி கையொப்பத்திற்கும், காசோலையிலுள்ள அவரது கையொப்பத்திற்குமிடையே மாற்றம் காணப்படின், வங்கியர் அதற்கு பணம் தரக்கூடாது.

13.முறைகேடான மேலெழுதுதல்: காசோலையின் பின்புறமுள்ள பின்எழுதுதல் முறைகேடாக இருந்தால், வங்கியர் அதற்கு பணம் தரக்கூடாது.

14.எண்ணும் எழுத்தும் மாறும்போது: காசோலையில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள தொகை எண்ணாலும், எழுத்தாலும் மாறுபடும்பொழுது, வங்கியர் அதற்கு பணம் தரக்கூடாது.

15.திருத்தங்கள்: காசோலைகளில் திருத்தங்கள் இருந்து, அவைகள் காசோலை எழுதியவரால் தனது முழு கையொப்பத்துடன் உறுதி செய்யப்படாமலிருந்தால், வங்கியர் அதற்கு பணம் தரக்கூடாது.

16.காசோலை உருவம்(**Form of the Cheque**): காசோலையானது



முறைப்படி எழுதப்படவில்லையெனில், வங்கியர் அதற்கு பணம் தரக்கூடாது.

17.வேறு கிளையின் மீது எழுதப்பட்டிருந்தால்: ஒரு காசோலையானது, வாடிக்கையாளர் கணக்கு வைத்திருக்கும் வங்கிக் கிளையில் அல்லாமல், வேறு கிளைக்கு எழுதப்பட்டிருந்தால், வங்கியர் அதற்கு பணம் தரக்கூடாது.

தானியங்கி பணம் வழங்கும் இயந்திரம் (**Automatic Teller Machine**): தானியங்கி பணம் வழங்கும் இயந்திரம், வங்கியின் கட்டிடத்தின் உட்புறத்திலோ அல்லது வெளியிலோ, நாள் முழுவதும் வாடிக்கையாளர் பணத்தை பெறுவதற்கோ அல்லது செலுத்துவதற்கோ அமைக்கப்பட்ட ஒரு கருவியாகும். வங்கியின் மத்திய கணினியுடன் பொதுதொலைபேசி வலைபின்னல் மூலமாக இணைக்கப்பட்ட ஒரு சிறப்பு அமைப்பு (Specialized Terminal) முறையாகும். கணக்கு விபரங்கள் அடங்கிய காந்ததுண்டு உள்ளடங்கிய பிளாஸ்டிக் அட்டையை உட்செலுத்தி தனி அடையாள எண்ணை (Personal Identification Number) கொடுப்பதன் மூலம் பல்வேறு வகையான வங்கி நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள அனுமதிக்கிறது.

வாடிக்கையாளருக்கு நன்மைகள்:

1. இது நாள் முழுவதும் சேவை புரிவதால், வங்கி நடவடிக்கை நேரம் (Banking time) வெகுவாக மிச்சப்படுத்தப்படுகிறது.

2. துரிதமான, திறமையான, தவறுகளற்ற சேவை கிடைக்கிறது.

3. வலைப்பின்னல் மூலமாக, அட்டை வைத்திருப்பவர் எந்த இடத்திலிருந்தும் ரொக்கம் மற்றும் பல சேவைகளை பெறலாம்.

4. வங்கியின் எந்த கிளைக்கும் பணத்தை சுலபமாக மாற்றம் செய்யலாம்.

5. எந்த நேரத்திலும் பணம் எடுக்கலாம் என்பதால், "எங்கும் கிடைக்கும் வங்கிவசதி" என்றும் கூறலாம்.

வங்கியருக்கு நன்மைகள்:

1. வங்கியில் வாடிக்கையாளர் கூட்டம் வெகுவாக குறைக்கப்படுகிறது.

2. வங்கி வேலை நேரத்தை அதிகப்படுத்துதல் மற்றும் புதிய கிளைகள் திறத்தலுக்கு இது ஒரு மாற்று வழியாகும். இதனால் வங்கியின் நிர்வாகச் செலவுகள் குறைக்கப்டுகிறது.

3. பகுத்தாய்வு மற்றும் புத்தாக்க வேலைகளை வங்கி ஊழியர்கள் கவனம் செலுத்த உதவுகிறது.

4. தானியங்கி பணம் வழங்கும் இயந்திரங்கள் முக்கியமான இடங்களில் நிறுவப்படுவதால், வங்கி வியாபாரத்தின் அளவு அதிகரிக்கிறது.

5. ரொக்கத்தை ஒரு இடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்திற்கு எடுத்துச் செல்வதையும் மற்றும் ரொக்கம் கையாளுதலையும் தவிர்க்கிறது.

கடன் அட்டை (Credit Card):

இவ்வட்டை வங்கிகளால் வழங்கப்படுகிறது. இது ஒரு சிறிய பிளாஸ்டிக் அட்டை. இதில் கடன் அட்டை பெற்றவரின் பெயர், அவரின் கணக்கு எண், செல்லுபடியாகும் காலம் ஆகியவை இதன் மீது குறிக்கப்படுகிறது. இவ்வட்டையின் பின், அவரது மாதிரி கையொப்பமும் உள்ளது. இவ்வட்டை வைத்திருப்போருக்கு, இவ்வட்டையை ஏற்றுக் கொள்ளும் நிறுவனங்கள் மற்றும் கடைகளின் பெயர்கள் அடங்கிய பட்டியல் தரப்படுகிறது. ஒரு மாதத்தில் அதிகபட்சமாக கொள்முதல் செய்யும் தொகை அவ்வட்டை வைத்திருப்போருக்கு தெரிவிக்கப்படுகிறது. இவ்வட்டை வைத்திருப்பவர், பட்டியலிலுள்ள கடைகளில் பொருள் அல்லது சேவையை பெறும்பொழுது, இவர்கள் இவ்வட்டை செல்லுபடியாகும் காலம், அட்டை வைத்திருப்போரின் அடையாளம் மற்றும் கடன் அளவு இவற்றை சரிபார்க்கின்றனர்.



பெறப்பட்ட பொருள் மற்றும் சேவைகள் பற்றிய விபரங்களை கடன் அட்டை ரசீதில் (Credit Card Voucher) குறிக்கப்படுகிறது. இவ்வாறு தயாரிக்கப்பட்ட ரசீதில் கடன் அட்டையின் உருவம் அச்சிடும் கருவி வழியாக மாற்றம் செய்யப்பட்டு அட்டைதாரரின் கையொப்பம் பெறப்படுகிறது. இந்த ரசீதுகள், வங்கியரிடம் வழங்கப்படும்போது, வங்கியர் அவற்றை சரிபார்த்தபின், அட்டைதாரரின் கணக்கில் பற்று வைக்கிறார். இதன்பிறகு, வங்கி அட்டைதாரரிடமிருந்து பொதுவாக 10–லிருந்து 15 நாட்களுக்குள் பணம் கட்டுமாறு வேண்டுகிறது.

அட்டை வழங்கும் சில வங்கிகள் ரொக்கம் எடுக்கவும் அனுமதிக்கிறது. இச்சேவைக்கு அட்டைதாரர் சேவை கட்டணம் கட்ட வேண்டும். இப்பொழுது, ஐ.சி.ஐ.சி.ஐ. வங்கி ரொக்கம் எடுத்தலுக்கு மாதத்திற்கு 2.95 சதவீதம் வட்டி வசூலிக்கிறது.

வினாக்கள்

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. வங்கியர் பணத்தில் ஈடுபடுபவர்கள் மட்டுமல்லாது பின்வருபவற்றில் தலைவர்களாகவும் உள்ளனர்.

அ. பொருளாதார முன்னேற்றம் ஆ. வியாபார முன்னேற்றம்
இ. தொழில் முன்னேற்றம் ஈ. சேவை முன்னேற்றம்

2. பண மற்றும் வங்கி அமைப்பு முறையில் மையநிலையில் உள்ளதும் உச்ச நிதி அதிகாரம் பெற்ற வங்கியாகவும் விளங்குவது.

அ. மத்திய வங்கி ஆ.வணிக வங்கி
இ.அந்நியச் செலாவணி வங்கி ஈ. கூட்டுறவு வங்கி

3. ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு பணத்தை வைப்பு செய்வது.

அ. நிலை வைப்பு ஆ. சேமிப்பு வைப்பு
இ. தொடர் வைப்பு ஈ. நடைமுறை வைப்பு

4. வங்கியர் இதை உற்பத்திச்செய்பவர் எனவும் கூறலாம்.

அ. பணம் ஆ. கடன் இ. வைப்பு ஈ. மேல்வரைப் பற்று

5. ஆறு மாதத்திற்கு மேலாக புழக்கத்திலுள்ள காசோலை பின்வருமாறு அழைக்கப்படுகிறது.

அ. காலக்கெடு முடிந்த காசோலை ஆ. பின்தேதியிட்ட காசோலை
இ. சாதாரண காசோலை ஈ. கீறலிட்ட காசோலை

சரியான விடைகள்

1. அ 2. அ 3. அ 4. அ

II. கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக:

1. ----------- கொள்கையை திறமையான அமுல்படுத்த வங்கிகள் அவசியம்.

2. வங்கியர் பணத்தை வைப்பாக ஏற்று கொள்வதனுடன் பணத்தை---------ம் வழங்குகிறார்.

3. ----------- வங்கிகள் அங்நிய செலாவணி மற்றும் பன்னாட்டு வணிகத்தில் சிறப்பாக செயல்படுகின்றன.

4. ----------- வங்கிகள் இந்திய மத்திய வங்கியின் இரண்டாவது அட்டவணையில் இடம் பெற்றுள்ளன.

5. ஒரு குறிப்பிட்டளவுவரை வாடிக்கையாளர் பணத்தை கடனாக பெறுவதற்கு -
----------- மூலம் வங்கியர் அனுமதிக்கிறார்.

6. ஒரு காசோலையில் குறிப்பிட்ட நபருக்கோ அல்லது அவரது உத்தரவு பெற்றவருக்கோ பணம் வழங்க வேண்டிய காசோலைக்கு பெயர்-----.

7. ----------- என்று கூடுதலாக காசோலையில் எழுதப்பட்ட வார்த்தைகள், வங்கியர் அக்காசோலையின் பணத்தை வசூலித்து காசோலையில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள நபரின் கணக்கில் மட்டுமே வரவு வைக்க வேண்டும் என்ற உத்திரவாகும்.

8. ----------- என்பது மாற்றுமுறைசீட்டின் பின்புறம் எழுதப்படுவதாகும்.

சரியான விடைகள்:

1. பண 2. கடனாக 3. அங்நிய செலாவணி 4. அட்டவணை

5. ரொக்கப்பற்று 6. ஆணை காசோலை 7. பெறுவோர் கணக்கில் மட்டும்

(Account Payee Only) 8. பின்எழுதுதல்.

III. பொருத்துக:

1. தொழில் வங்கி	- அ. இந்திய ரிசர்வ்வங்கி
2. மைய வங்கி	- ஆ. ஐ.சி.ஐ.சி.ஐ
3. வெளி அங்காடி செயல்பாடுகள்	- இ. கடன்தன்மை கட்டுப்பாடு
4. நுகர்வோர்கடன் நெறிப்படுத்துதல்	- ஈ. கடனளவு கட்டுப்பாடு
5. பெறுவோர் கணக்கில் மட்டும்	- உ. பணம் கொடுப்பதை நிறுத்துதல்
6. தடையாணை	- ஊ. தடைசெய்யப்பட்ட கீறல்
7. தானியங்கி பணம் வழங்கும் கருவி	- எ. 24 மணிநேர பண சேவை
8. இணைய வங்கி	- ஏ. இணையம் மூலம் வங்கி நடவடிக்கைகள்

சரியான விடைகள்: 1. ஆ 2. அ 3. ஈ 4. இ 5. ஊ 6. உ 7. எ 8. ஏ

IV. சிறு வினாக்கள்:

1. வங்கி என்றால் என்ன?

2. வங்கிகளால் ஏற்றுக் கொள்ளப்படும் பல்வகை வைப்புகளை தெரிவி.

3. வங்கியின் வகைகளை பட்டியலிடுக.

4. நாட்டுப்புற வங்கியர் என்பவர் யார்?

5. இந்திய மைய வங்கியின் கடன் கட்டுப்பாட்டு முறைகளை பட்டியலிடுக.

6. "இணைய வங்கி" விளக்குக.

7. "மின்னணு மூலம் நிதி மாற்றம்" என்றால் என்ன?

8. "காசோலை" - இலக்கணம் தருக.

9. காந்த மை எழுத்து உணர்வி காசோலை என்றால் என்ன? அதன் பயனை தெரிவி.

10. பின் எழுதுதல் என்றால் என்ன?

11. தானியங்கி பணம் வழங்கும் கருவி (ATM) என்றால் என்ன? அதன் பயன்களை தெரிவி.

12. கடன் அட்டை என்றால் என்ன? அதன் பயன்கள் யாவை?

V. பெருவினாக்கள்:

1. வங்கிகளின் முக்கியத்துவத்தை விளக்கவும்.
2. வணிக வங்கியின் முதன்மை பணிகளை விவரிக்கவும்.
3. வணிக வங்கியின் துணைப் பணிகளை விவரிக்கவும்.
4. கூட்டுறவு வங்கி அமைப்பு முறையை விளக்கவும்.
5. காசோலையின் தன்மைகளை கூறுக.
6. வரையறு பின்எழுதுதலுக்கும், நிபந்தனை பின்எழுதுதலுக்கும் உள்ள வேறுபாட்டை கூறுக.
7. நிலை வைப்பு, சேமிப்பு வைப்பு மற்றும் நடைமுறை வைப்பு கணக்குகளுக்கு இடையேயுள்ள வேறுபாட்டினைக் கூறுக.

VI. கட்டுரை வரைக:

1. வங்கிகளின் பல்வேறு வகைகளை விளக்குக.
2. வணிக வங்கியின் பணிகளை விளக்குக.
3. மைய வங்கியின் பணிகளை விளக்குக.
4. பல்வேறு வகையான கீறலிடுதலை விளக்குக. அவைகளின் முக்கியத்துவத்தையும் விளக்குக.
5. பல்வேறு வகையான பின்எழுதுதலை விளக்குக.
6. வாடிக்கையாளர் தந்த காசோலைக்கு எந்தெந்த சந்தர்ப்பங்களில் ஒரு வங்கியர் பணம் தரமறுக்கலாம்?

பாடம் - 8

காப்பீடு

முன்னுரை

ஒவ்வொரு வியாபாரமும் பலவிதமான இடர்களை கொண்டுள்ளன. அவை தீ, திருட்டு, கொள்ளை மற்றும் வாகன விபத்துகளாகும். சில சூழ்நிலைகளில், இவ்விதமான இடர்களை காப்பீடு நிறுவனம் ஏற்றுக்கொள்கிறது. காப்பீடு என்பது ஒருவருக்கு ஏற்பட்ட இடரை பலர் மீது பரவலாக்கி இடரை ஈடுசெய்வதாகும்.

காப்பீட்டின் அவசியம் (Necessity of Insurance)

வாணிகம், சொத்து, மனித வாழ்க்கை இவற்றைத் தழுவியுள்ள இடர்ப்பாடுகளுக்கு எதிராகப் பாதுகாப்பு அளிப்பதே காப்பீடு. வாணிபம் பல இடர்பாடுகளைக் கொண்டுள்ளது. வாணிகத்தில் பொருட்கள் வெவ்வேறு இடங்களுக்கு அனுப்புதலின்போதோ, கிடங்குகளில் சேமித்திருக்கும் போதோ தீ விபத்து, திருட்டு போன்றவற்றால் அழிவுறலாம் அல்லது சேதமடையலாம். இவ்வகை இடர்ப்பாட்டினைக் காப்பீடு செய்வதன் மூலம் குறைத்துக் கொள்ள முடிகிறது.

வாணிகம் போன்றே மனித வாழ்வும் இடர்ப்பாடுடையது. ஒரு குடும்பம் பொதுவாக அக்குடும்ப வருமானதாரரை முழுவதும் சார்ந்துள்ளது. அவருடைய மறைவு அக்குடும்பத்தை மேலும் பலத்த இன்னலுக்கு உள்ளாக்கி விடுகிறது. மரணமோ மனித வாழ்வில் எந்நேரத்திலும் நிகழலாம். காப்பீடு, மரணத்தினால் ஏற்படும் இன்னல்களை இழப்பீடு வழங்குவதன் மூலம் குறைக்கிறது.

பொருள் (Meaning)

காப்பீடு கூட்டுறவு தத்துவத்தின் அடிப்படையில் அமைந்தது. ஒரு சிலரின் நட்டம் பலரால் பகிர்ந்து கொள்ளப்படுகிறது. இக்கூட்டு முயற்சி காப்பீடு தருநராகிய காப்பீடு நிறுமத்தால் உருவாக்கப்படுகிறது.

காப்பீடு பெறுநருக்கு, காப்பீடு தருநர் குறிப்பிட்ட இடர்ப்பாட்டால் ஏற்படும் இழப்பினை ஈடு செய்வதாக ஒப்புதல் அளிக்கும் ஓர் ஒப்பந்தம் காப்பீடு எனப்படும். அதற்கு கைமாறாகக் காப்பீடு பெறுநர் கால முறைப்படி முனைமம் செலுத்த ஒப்புக்கொள்கிறார். ஒருவருக்கு இடர்ப்பாட்டால் ஏற்படும் நட்டத்தை பலர் மீது பரவலாக்குவதே காப்பீட்டின் தத்துவமாகும்.

எவர் ஒருவருடைய இடர்ப்பாடுகள் காப்பீடு செய்யப்படுகிறதோ அவர் காப்பீடு பெறுநர் அல்லது காப்பீட்டுறுதி பெறுநர் ஆவார். அதுபோல எவர்

ஒருவர் இடர் நேர்ந்தால் அதனால் எழும் இழப்பை ஈடுசெய்ய ஒப்புக்கொள்கிறாரோ அவர் காப்பீடு தருநர் அல்லது காப்பீட்டுறுதி தருநர் ஆவார்.

காப்பீட்டுறுதி (Assurance)

இடர் ஏற்படுவது உறுதியாகவும், அவ்விடர் எக்காலத்தில் ஏற்படும் என்பது உறுதியற்றதாகவும் உள்ள ஒன்றிக்குக் காப்பீடு செய்யும் ஒப்பந்தம் காப்பீட்டுறுதியாகும். மனித வாழ்வில் "இறப்பு" உறுதியானது. ஆனால் அது எப்பொழுது நிகழும் என்பது உறுதியற்றது. எனவே மனித இறப்பு குறித்த காப்பீடு ஒப்பந்தம் காப்பீட்டுறுதியாகும். நாம் ஆயுள்காப்பீடு திட்டடாவணங்களை ஆயுள் காப்பீட்டுறுதி திட்டாவணங்கள் என்றழைப்பதே சரியானதாகும்.

காப்பீடு–காப்பீட்டுறுதி வேறுபாடுகள் (Distinguish Between Insurance and Assurance)

அடிப்படைக்காப்பீடு கோட்பாடுகளான காப்பீடு பெறுநலன், நம்பிக்கை போன்றவை அனைத்து வகை காப்பீட்டிற்கும் பொருந்தும், என்றாலும் காப்பீட்டுறுதி இதர காப்பீடுகளிலிருந்து பின்வருமாறு வேறுபடுகின்றது.

காப்பீடு	காப்பீட்டுறுதி
1. காப்பீடு செய்யப்படும் இடர் நிகழுமா நிகழாதா என்ற உறுதியற்ற நிலை	1. எந்த ஒருவரும் மரணத்தை வெல்ல முடியாது. எனவே இடர் உறுதி எப்பொழுது என்பதே உறுதியற்றது.
2. இவ்வகையிலான ஒப்பந்தம் குறுகிய கால ஒப்பந்தமாகும். (ஓராண்டிற்கு மிகாது)	2. காப்பீட்டுறுதி நீண்டகால ஒப்பந்தம் (15 ஆண்டுகள் மற்றும் அதற்குமேல்)
3. காப்பீட்டிற்கான சொத்து, பொருள் போன்றவைகளின் மதிப்பினை எளிதாக நிர்ணயிக்க முடியும்.	3. மனித வாழ்வின் மதிப்பை பணத்தால் மதிப்பிட முடியாது.
4. இது இடரைச் சரிசெய்வதற்கான ஈட்டுறுதி ஒப்பந்தம்	4. மனித இழப்பைச் சரிசெய்ய முடியாது எனவே இது ஈட்டுறுதி ஒப்பந்தமல்ல.
5. காப்பீட்டு தருநர் இடரின் நட்டத்தை சரிகட்டிவிட்டு இடரால் பெறுநருக்குரிய இதரஉரிமைகளையும், வாய்ப்புகளையும் அவரிடமிருந்து பெற்றுவிடுகிறார்.	5. அவை இதற்குப் பொருந்தாது.

காப்பீட்டின் கோட்பாடுகள் (Principles of Insurance)

காப்பீட்டு ஒப்பந்தம் ஒரு வணிக ஒப்பந்தமாகும் வணிக ஒப்பந்தத்தில் உள்ள கோட்பாடுகள் அனைத்தும் காப்பீட்டு ஒப்பந்தத்திற்குப் பொருந்துவதுடன் பின்வரும் சிறப்புக் கோட்பாடுகள் காப்பீட்டில் உள்ளன. அவைகளாவன :

1. காப்பீடு பெறுநலன் (Insurable Interest)

காப்பீடு ஒப்பந்தத்திற்குக் காப்பீடு பெருநலனிருத்தல் அவசியம். காப்பீடு பெருநலன் என்பது குறிப்பிட்ட நிதி சார்ந்த அக்கறை இருக்க வேண்டும். ஒருவருக்கு குறிப்பிட்ட சொத்து இருப்பதனால் பயனும், அச்சொத்தின் அழிவால் பாதிப்பும் அடைவாராயின் அவருக்கு அச்சொத்தில் காப்பீடு பெறுநலன் இருப்பதாகப் பொருள். மேலும் காப்பீடு பெறுநலன் சொந்த பந்தத்தால் இருக்கக்கூடிய ஒன்றல்ல. நிதிசார் அக்கறை நிருபிக்கப்பட வேண்டும். கடல்சார் காப்பீட்டில் நட்டம் ஏற்படும் நேரத்தில் காப்பீடு பெருநலன் இருக்க வேண்டும். ஆனால் தீக்காப்பிட்டில் காப்பீடு பெறுநலன் ஒப்பந்தம் ஏற்படும் போதும் நட்டம் ஏற்படும் போதும் இருக்க வேண்டும்.

எ.கா

1. ஒருவர் தன்மீதோ அல்லது அவர் மனைவி –கணவன் மீதோ காப்பீடு பெறுநலன் உடையவராவார்.

2. ஒரு வீட்டின் உரிமையாளருக்கு வீட்டின் முழு மதிப்பளவிற்குக் காப்பீடு பெறுநலன் உண்டு.

3. ஒரு சொத்தின் மீது கடன் கொடுத்தவர் அச்சொத்தில் கடன் தொகையளவிற்குக் காப்பீடு பெறுநலன் உள்ளவர்.

4. கடனீந்தோர் கடனாளியின் மீது காப்பீடு பெறுநலன் உடையவராகிறார்.

எப்பொழுது காப்பீடு பெறுநலன் இருக்க வேண்டுமென்பது காப்பீட்டின் தன்மையைப் பொருத்து மாறுகிறது. ஆயுள் காப்பீட்டுறுதியில் காப்பீடு பெறுநலன் காப்பீடு ஒப்பந்தம் செய்யும் பொழுதே இருத்தல் வேண்டும்.

2. மிக்க நம்பிக்கை (Utmost good faith)

காப்பீடு மிக்க நம்பிக்கை அடிப்படையிலான ஒப்பந்தமாகும். இதில் காப்பீடு பெறுநர் மற்றும் தருநர் இருவரும் அனைத்து கருப்பொருள் உண்மைகளை ஒருவருக்கொருவர் வெளிப்படுத்திட வேண்டும். இதில் காப்பீடு பெற விழைபவர் தன்னால் காப்பீடு செய்யவுள்ள இடர் குறித்த அனைத்து

விபரங்களும் அறிந்தவர். அவையாவும் காப்பீடு தருநர் அறிந்திருக்க வாய்ப்பில்லை. எனவே, காப்பீடு பெறுநர் காப்பீடு தருநருக்கு அனைத்து தகவலையும் தெரிவிக்க வேண்டும்.

காப்பீடு பெறுநரால் அளிக்கப்படும் தவறான தகவலோ, வேண்டுமென்றே மறைக்கபடுவனவோ, மோசடி செய்யும் எண்ணத்தில் தவறான எழுத்துப்பூர்வ ஆதாரங்களோ, இடர்ப்பாட்டைக் காப்பீடு செய்யக் காரணமாக இருக்குமேயானால் காப்பீடு தருநர் இவ்வொப்பந்தத்தால் ஆன அனைத்துப் பொறுப்புகளிலிருந்து விடுபட்டு விடுவார். ஆனால், ஒப்பந்தம் ஏற்பட்டு இரண்டு ஆண்டுகளாகிவிட்டால் மேற்சொன்ன காரணத்தால் காப்பீடு தருநர் தன் பொறுப்பிலிருந்து விடுபட முடியாது. ஆனால் மேற்சொன்ன அம்சங்களைக் காப்பீடு பெறுநர் தெரிந்து வேண்டுமென்றே தவறான தகவல் அளித்துள்ளார் என நிருபித்துவிட்டால் ஒப்பந்தப் பொறுப்பினைக் காப்பீடு தருநர் மறுத்துவிடலாம். அவ்வாறே காப்பீடு தருநரோ அல்லது முகவரோ காப்பீட்டுப் பெறுநருக்கு தெரிவித்து மிக்க நம்பிக்கைக் கோட்பாட்டைக் கடைப்பிடிக்க வேண்டும்.

3 ஈட்டுறுதி (Indemnity)

ஒருவருக்கு ஏற்படும் உண்மையான நட்டத்தை ஈடு செய்வதே ஈட்டுறுதியாகும். ஈட்டுறுதி கோட்பாடு சொத்துக் காப்பீட்டிற்கு மட்டும் பொருந்தும். இதன்படி, காப்பீடு பெறுநருக்கு நட்டம் ஏற்பட்டால் அந்நட்டம் ஏற்படுவதற்கு முன் அவர் இருந்த நிலையில் வைப்பது காப்பீடு தருநரின் பொறுப்பு. இக்கோட்பாடானது, காப்பீடு பெறுநர் காப்பீட்டின் மூலம் இலாபம் பெற்று விடக் கூடாது என்பதே ஆகும். ஒரு நட்டம் ஏற்படும் போது காப்பீடு தருநர் உண்மை நட்டம் அல்லது காப்பீடு தொகை இவற்றில் எது குறைவோ அதனையே அளிப்பார். எச்சூழலிலும் காப்பீடு பெறுநர் உண்மை நட்டத்திற்குக் கூடுதலாக எதையும் பெற்றுவிட முடியாது.

எ.கா.

ஒருவர் ரூபாய் இரண்டு லட்சம் மதிப்புள்ள வீட்டை ஒரு லட்சத்திற்கு தீக்காப்பீடு செய்துள்ளார். தீ விபத்தினால் வீட்டிற்கு ரூபாய் 65 ஆயிரத்திற்கு இழப்பு ஏற்பட்டால் ரூபாய் 65 ஆயிரம் மட்டுமே பெற இயலும் இழப்பு ரூபாய் ஒரு இலட்சத்திற்கு மேற்படுமேயானால் அவர் ரூபாய் ஒரு இலட்சத்தை மட்டுமே பெறமுடியும் (சராசரி சரத்துக்கு உட்பட்டு).

ஈட்டுறுதிக் கோட்பாடு ஆயுள் காப்பீடுறுதிக்கும் ஆள்சார் விபத்துக் காப்பீட்டிற்கும் பொருந்தாது.

4. அண்மைக் காரணம் (Proximate cause)

ஓர் இழப்பு ஏற்பட காப்பீடு செய்யப்பட்ட இடர் அண்மைக் காரணமாக இருந்தால் மட்டுமே ஒப்பந்தப்படி காப்பீடு தருநர் பொறுப்பாவார். ஓர் இழப்பு பலதரப்பட்ட காரணங்களால் ஏற்பட்டிருக்கலாம் என்ற ஐயப்பாடு எழும்போது மட்டுமே அதற்க்குறிய அண்மைக்காரணம் எது எனக் காண வேண்டியதாகிறது.

5. பகிர்ந்தளித்தல் (Contribution)

காப்பீடு பெறுநர் தன் சொத்தின் மீது ஒன்றிற்கு மேற்பட்ட காப்பீடு தருநரிடம் காப்பீடு செய்திருந்தால், காப்பீடு பெறுநருக்கு ஏற்படும் இழப்பினைச் சம்பந்தப்பட்ட காப்பீடு தருநர்கள் ஒப்பந்தப்படியான தொகைக்கு ஏற்ப, விகிதாச்சார அடிப்படையில் அவரவர்களுக்குள்ள பங்கினைப் பகிர்ந்து அளித்தல் வேண்டும். ஏனெனில், அச்செயல் ஈட்டுறுதி கோட்பாட்டை மீறியதாகிவிடும்.

6. பகர உரிமை (Subrogation)

பகர உரிமையின் அடிப்படை தத்துவம் ஒருவரின் இடரை மற்றொருவர் ஈடு செய்வதாகும். பகர உரிமை என்பது காப்பீடு பெறுநர் தனக்கு ஏற்பட்ட இடரை காப்பீடு தருநர் ஈடுசெய்தவுடன், இடர் தொடர்பான அனைத்து உரிமைகளையும் காப்பீடு தருநருக்கு மாற்றித் தருவதாகும். இத்தத்துவத்தின்படி இடர் ஏற்பட்ட பொருளின் உரிமையாளராகவும் காப்பீடு தருநர் கருதப்படுகிறார். மேலும் இடர் ஏற்படுத்திய மூன்றாம் நபர்மேல் சட்டப்படி நடவடிக்கை எடுக்கவும், இதன் மூலம் இழப்பீடு ஏதேனும் பெற்றால் அது காப்பீடு தருநரையே சாரும்.

(எ.கா)

திரு. சங்கருக்கு சொந்தமான மோட்டார்வாகனம், இராஜா என்பவரின் கவனக்குறைவால் இழப்பு ஏற்பட்டுள்ளது. சங்கர் வாகனகாப்பீடு எடுத்திருந்தால் அதற்கான முழு இழப்பீடு தொகையையும் அவர் காப்பீடு பெருநரிடம் இருந்து பெறுவார். பிறகு காப்பீடு தருநர் திரு. இராஜாவின் மீது சட்டப்படி நடவடிக்கை எடுப்பார். இம்முறையில் திரு.சங்கர் இடர்தொடர்பாக இராஜாவின் மீது சட்டப்படி நடவடிக்கை எடுக்கவோ, இழப்பீடு ஏதும் பெறவோ முடியாது.

காப்பீட்டின் வகைகள்

காப்பீட்டுகள் இரண்டு வகைப்படும் அவைகளாவன.

1. ஆயுள் காப்பீடு
2. பொது காப்பீடு

மேற்கூறியவற்றை நாம் விரிவாகக் கீழ்வரும் பத்தியில் காணலாம்.

1. ஆயுள் காப்பீடு

பொருள்

ஒருவர் தனது ஆயுளையோ அல்லது தான் காப்பீடு பெறுநலன் கொண்ட பிரிதொருவரின் ஆயுளையோ, காப்பீடு செய்வராயின் அதுவே ஆயுள்காப்பீடு எனப்படுகிறது. ஆயுள் திட்டாவணத்தில் காப்பீடு பெறுநர் தனது இறப்பு எனும் இடர் குறித்து காப்பீடு செய்து கொள்கிறார். மனித ஆயுளைத் தழுவிய குறித்த நிகழ்ச்சி நிகழும்போது காப்பீட்டுறுதி தருநர் திட்டாவணத் தொகையைக் கொடுக்கப் பொறுப்பேற்கும் ஒப்பந்தமே ஆயுள் காப்பீடு.

மேற்கூரிய விளக்கம், காப்பீடு சட்டம் 1938 உட்பிரிவு 2(11)ல் விரிவாகக் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

ஆயுள் காப்பீட்டின் சிறப்பம்சங்கள்

ஆயுள் காப்பீட்டுக்கும், ஆள் விபத்து காப்பீட்டிற்கும் ஈட்டுறுதிக்கோட்பாடு பொருந்தாது. ஏனெனில் மனித வாழ்வைப் பணத்தால் கணக்கிட முடியாது. எனவே காப்பீட்டு நிறுவனம் மனித வாழ்வை ஈட்டுறுதியால் சமன் செய்ய முடியாது. ஆகையால், காப்பீடு ஓர் ஈட்டுறுதி ஒப்பந்தமாகாது. காப்பீட்டுறுதியில் உண்மை நட்டம் என்ன என்று அளவிட முடியாது. அது போலவே உண்மை நட்டத்தை நிரூபிக்க வேண்டிய அவசியமில்லை. காப்பீட்டுறுதியில் காப்பீடு பெறுநர் நிதிசார்ந்த நட்டத்தை அடைகிறாரா இல்லையா என்று பாராமல் திட்டாவணம் முதிர்ச்சி அடையும்போது திட்டதொகை அளிக்கப்பட வேண்டும்.

ஒரு நபர் எத்தனை திட்டாவணங்களையும், எந்தத் தொகைக்கும், தன் ஆயுள் மீது எடுத்துக் கொள்ளலாம். சட்டத்தில் இதற்கு வரையறையில்லை.

ஆயுள் காப்பீட்டு திட்டாவணத்தில் காப்பீடு தருநர், காப்பீடு பெறுநருக்குரிய திட்டாவணத் தொகையை என்றாவது ஒரு நாள் கொடுத்தே ஆகவேண்டும். ஏனெனில், அவருடைய இறப்போ அல்லது குறித்த வயதை அடைவதோ நிச்சயமாக நடைபெறக் கூடிய ஒன்றாகும்.

ஆயுள் காப்பீட்டு திட்டாவண வகைகள்

ஆயுள் காப்பீட்டு திட்டாவணம் கீழ் வரும் ஐந்து வகைகளாகப் பிரிக்கலாம். அவைகளாவன,

1. திட்டாவண காலத்தின் அடிப்படையில்
2. முனைமம் செலுத்தும் முறையின் அடிப்படையில்
3. இலாபத்தில் பங்கு கொள்ளும் அடிப்படையில்

4. நபர்களின் அடிப்படையில்
5. இழப்பீடு தொகை கோரும் அடிப்படையில்

இவற்றை நாம் ஒவ்வொன்றாக கீழ்வரும் பகுதிகளில் விரிவாகக் காணலாம்.

1.திட்டாவண காலத்தின் அடிப்படையில்

(அ) முழு ஆயுள் திட்டாவணம் (**Whole Life Policy**)

காப்பீடு பெறுநர் அவருடைய ஆயுள் முழுமைக்குமாக எடுக்கும் திட்ட ஆவணம் முழு ஆயுள் திட்டாவணமாகும். காப்பீடு பெறுநர் இறந்த பின்னரே, காப்பீட்டுத் தொகை அவரது வாரிசுதாரர்களுக்கு வழங்கப்படும். இத்திட்டாவணம் அவருடைய குடும்பத்தைப் பாதுகாக்கவும் துணைபுரியவும் வகை செய்கிறது இவ்வகையில் காப்பீட்டு முனைமம் அவருடைய வாழ்நாள் முழுவதுமோ அல்லது குறிப்பிட்ட வருடங்களுக்கோ செலுத்த வேண்டும்.

(ஆ) குறித்த வயது திட்டாவணம் (**Endowment Policy**)

இத்திட்டாவணம் காப்பீட்டுறுதி பெறுநரின் இறப்பு அல்லது திட்டாவண முதிர்வுக்காலம் இதில் எது முன்னதாக நிகழ்கின்றதோ அப்போது முதிர்ச்சியடைவதாகும். இதற்கு முனைமத் தொகை திட்டாவண முதிர்ச்சிக் காலம்வரை செலுத்தப்பட வேண்டும். இத்திட்டாவணத்தில் காப்பீட்டுறுதித் தொகை குறிப்பிட்ட வயது வரை காப்பீடு பெறுநர் உயிருடன் இருந்தால் அவரிடமும், அவர் முன்னரே இறந்திருந்தால் அவருடைய வாரிசுதாரிடம் அளிக்கப்படும். எந்தக் காலம் வரை இத்திட்டாவணம் எடுக்கப்பட்டுள்ளதோ அந்தக் காலம் குறித்த வயது திட்டாவண காலம் என அழைக்கப்படுகிறது. ஓய்வூதியம் பெறுவோருக்கும், காப்பீட்டாளரின் குடும்பத்திற்கும் இந்த பிரபலமடைந்த திட்டாவணம் பயனுடையதாக இருக்கிறது.

2. முனைமம் செலுத்தும் முறையின் அடிப்படையில்

முனைமம் செலுத்தும் முறையின் அடிப்படையில் திட்டாவணத்தை, கீழ்க்கண்ட வாறு இருவகைகளாகப் பிரிக்கலாம்.

1. ஒரே தடவை முனைமம் செலுத்தும் திட்டாவணம்
2. ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட முனைமம் செலுத்தம் திட்டாவணம்

3. இலாபத்தில் பங்கு பெறும் திட்டாவணங்கள்

இலாபத்தில் பங்கு பெறுவதை அடிப்படையாகக் கொண்டு திட்டாவணத்தை கீழ்க்கண்ட இருவகைகளாக பிரிக்கலாம்.

1. இலாபம் சேரா திட்டாவணம்
2. இலாபம் சேர்ந்த திட்டாவணம்

4. திட்டாவணத்தில் பங்குபெறும் நபர்களின் அடிப்படையில்

திட்டாவணத்தில் பங்குபெறும் நபர்களின் அடிப்படையில் கீழ்க்கண்டவாறு பிரிக்கலாம்.

அ. தனிநபர் திட்டாவணம்

ஆ. ஒரு நபருக்கு மேற்பட்ட திட்டாவணம்

இ. கூட்டு நபர் திட்டாவணம்.

ஈ. கூட்டுடமையில் எஞ்சியிருப்பவருக்குரிய திட்டாவணம்.

5. திட்டாவணம் செலுத்தும் முறையின் அடிப்படையில்

1. முழு மொத்தத் திட்டாவணம்.

2. தவணைகளில் செலுத்தப்படும் திட்டாவணம்.

மேலும் பல திட்டாவணங்கள் உள்ளன அவைகளாவன.,

i. பணம் – திருப்பத் திட்டாவணம் (Money -Back Policy)

இத்திட்டாவணம் தொழில்புரிவோருக்கும், பணிபுரிவோர்க்கும் ஏற்ற ஒன்றாகும். இத்திட்டத்தில் காப்பீட்டுறுதித் தொகையில் ஒரு குறித்த விழுக்காடு தொகை, குறித்த கால இடைவெளியில் காப்பீடு பெறுநருக்கு திருப்பியளிக்கப்படுகிறது.

எ.கா.

15–ம்ஆண்டு திட்டாவணத்தின் கீழ் காப்பீட்டுத் தொகையில் ஐந்தாண்டு முடிவில் 20 சதவீதமும் 10–ம் ஆண்டு முடிவில் அடுத்த 20 சதவீதமும் 15ஆம் ஆண்டு முடிவில் மீதித் தொகையும் தரப்படுகிறது. இத்திட்டாவண காலத்தில் காப்பீட்டு பெறுநர் எப்பொழுது இறக்க நேரிட்டாலும் அவருடைய வாரிசுதாரருக்கு திட்டாவண முழுத் தொகையும் கிடைக்கும்.

ii. குழந்தை நலக் காப்பீட்டுறுதி திட்டாவணம் (Children's Deferred Assurance)

இத்திட்டாவணத்தில் இளையவரின் சார்பாக அவருடைய பெற்றோரோ அல்லது பாதுகாவலரோ ஆயுள் திட்டாவணத்தை எடுக்கலாம். ஏனெனில், இளவர் காப்பீடு ஒப்பந்தத்தில் ஈடுபட முடியாது. முன்மொழிபவரால் முனைமம் செலுத்தப்படுகிறது. முனைமம் அளவு குறைவானதாக இருக்கும் இத் திட்டாவணம் சிறுவர்களிடம் சேமிப்பு மனப்பான்மையை வளர்க்கிறது.

iii. குழு காப்பீட்டுத் திட்டாவணம் (Group Insurance Policy)

இத்திட்டாவணத்தில் பல நபர்களுடைய ஆயுள் ஒரே ஒப்பந்தத்தின் கீழ் காப்பீடு செய்யப்படுகிறது. பின்வரும் குழுக்களுக்கு இவை பொருந்தும்.

(அ) பணியளிப்பாளர் – பணியாளர் குழு (Employer - Employee Group)

இதில் பணியாட்களின் சார்பாக அவர்களின் பணியளிப்பாளர் பிரதம திட்டாவணத்தை எடுக்கிறார். இத்திட்டாவணம் பணியளிப்பாளரின் பெயரிலோ அல்லது இத்திட்டத்தை நிர்வகிக்க ஏற்படுத்தப்பட்ட அறக்கட்டளை பெயரிலோ இருக்கும்.

(ஆ) தொழிற் சங்கக் குழு

இத்திட்டத்தின் கீழ்ப் பிரதம திட்டாவணம் தொழிற்சங்கத்தின் சார்பாக அதன் உறுப்பினர்களின் நன்மைக்காக எடுக்கப்படுகிறது. தொழிற்சங்க நிதியிலிருந்து இதற்குரிய முனைமத் தொகை செலுத்தப்படும்.

(இ) கடனாளர் – கடனாளி குழு

இத்திட்டத்தின் கீழ்ப் பிரதம திட்டாவணம் கடனாளரால் கடனாளிகளிடமிருந்து பெற வேண்டிய கடன் தொகை அளவிற்கு எடுக்கப்படுகிறது. இதில் கடனாளி இறந்து விட்டால் ஈட்டுறுதிபெறும் தொகை அக்கடனாளியிடமிருந்து வர வேண்டிய கடன் தொகைக்கு சரி செய்துக்கொள்ளப்படும்.

பொதுவாக ஆயுள் திட்டாவணம் லாபம் இணைந்த அல்லது இலாபம் இணையா திட்டாவணமாக இருக்கலாம். இலாபம் இணைந்த திட்டாவணத்தில் அது முதிர்வடையும் போது காப்பீட்டுத் தொகையுடன் காப்பீட்டுறுதி நிறுவனத்தின் இலாபத்தில் ஊக்கத்தொகை என்ற பெயரில் பங்கும் கொடுக்கப்படுகிறது.

ஆனால் இலாபம் இணையா திட்டாவணத்தில் திட்டாவணம் வைத்திருப்பவர் அது முதிர்வடையும் காலத்தில் திட்டாவணத் தொகையை மட்டுமே பெறுவார். இலாபத்தோடு இணைந்த திட்டாவணத்திற்குச் செலுத்த வேண்டிய முனைமத் தொகையைவிட இலாபம் இணையா திட்டாவணத்திற்குச் செலுத்த வேண்டிய முனைமத் தொகை குறைவாக இருக்கும்.

விடுமதிப்பு (Surrender Value)

விடுமதிப்பு என்பது காப்பீடு பெறுநர் திட்டாவணத்தை தொடரும் நிலையில் இல்லாதபோது அவர் அத்திட்டாவணத்தை முடிவுக்கு கொண்டுவரலாம். அப்பொழுது அவர் ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை காப்பீட்டு தருநரிடம் இருந்து விடுமதிப்பாக பெறுவார். இத்தொகை ஒவ்வொரு திட்டாவணத்திற்க்கும் அதன் காலம் மற்றும் தன்மைக்கு ஏற்றார் போல் விகிதாசார அடிப்படையில் வேறுபடும். பொதுவாக திட்டாவணம் எடுத்த இரண்டு ஆண்டுக்குள் ஒருவர் திட்டாவணத்தை முடித்துக்கொண்டால் அவருக்கு விடுமதிப்பு தொகை கிடைக்காது. காப்பீடு பெறுநர் திட்டாவணம் எடுத்து இரண்டு ஆண்டுகளுக்கு மேலாகி திட்டாவணத்தை முடித்துக்கொண்டால் தான் விடுமதிப்பு கிடைக்கும் அல்லது மொத்த திட்டாவணத் தொகையின் ஒரு பகுதியை குறிப்பிட்ட ஆண்டுகளுக்குள் செலுத்திவிட்டால் மொத்த திட்டாவணத்தை பெறலாம். குறிப்பிட்ட தொகை ஒரு முறை செலுத்தும் முனைமத் தொகையைவிட அதிகமாக இருக்க வேண்டும்.

பொதுவாக விடுமதிப்பு கீழ்வரும் நிலையில் வழங்கப்படமாட்டாது. திட்டாவணம் எடுத்து இரண்டு ஆண்டிற்குள் முடிவடைந்தால். ஆனால், இந்தியாவைப் பொறுத்தமட்டில் மொத்தத் திட்டாவணத்தில் ஒரு பகுதி (1/10) முனைமமாக செலுத்தினால் போதும் முழு திட்டாவணத்தையும் ஏதாவது இடர் நேர்ந்தால் (இரண்டு ஆண்டிற்குள் அல்லது மேல்) பெற்றுக் கொள்ளலாம்.

நியமனம் (Nomination)

காப்பீடு பெறுநர் திட்டாவணம் முடிவுறும் முன்னரே இடர் ஏற்பட்டு உயிர் இழக்கும் தருவாயில் திட்டாவண தொகையை வேறு யாரிடம் கொடுப்பது என்ற சூழ்நிலைப்பற்றி காப்பீடு சட்டம் 1938 பிரிவு (39) சில விதிமுறைகளை தெரிவிக்கிறது. காப்பீடு பெறுநர் உயிருடன் இருக்கும் பொழுதே, அவரிடம் உங்களைத் தவிர இத்தொகை "வேறுயாரிடம் கொடுக்கவேண்டும்" என்ற உறுதிமொழியை எழுத்துமூலமாக பெற்று விடவேண்டும். அப்படி காப்பீடு பெறுநர் நியமனம் செய்யும் நபர் (Nominee) அத்தொகையை பெற தகுதியுடையவர் ஆகிறார். காப்பீடு திட்டாவணம் முதிர்வடையும் போது, காப்பீடு தொகையினை காப்பீடு பெறுநரே பெற்றுக்கொள்வார். மேலும் காப்பீடு நிறுவனம், காப்பீடு பெறுநர்

இறந்து விட்டால் காப்பீடு தொகையை யாருக்கு வழங்குவது' என்பதை முன் கூட்டியே தெரிந்து கொள்ளலாம்.

நியமன பெறுநரை நியமிக்கும் உரிமை காப்பீடு பெறுநரை தவிர வேறு எந்த ஒரு மூன்றாவது நபருக்கும் உரிமை கிடையாது. நியமனப் பெறுநர் காப்பீடுதொகை பெறுவதற்கு அங்கீகார கடிதம் (Authorisation Letter) பெறவேண்டிய அவசியம் இல்லை.

2. பொதுக் காப்பீடு

பொதுக் காப்பீடு என்பது கடல், தீ மற்றும் இதர காப்பீடு வகைகளைக் கொண்டது. மேற்கூறியதை பார்க்கும்பொழுது, பொதுக் காப்பீடு என்பது ஆயுள் காப்பீட்டுறுதி தவிர அனைத்து வகையான காப்பீட்டையும் உள்ளடக்கியதாகும்.

பொதுக் காப்பீட்டின் வகைகள்

1. தீ காப்பீடு
2. கடல்சார் காப்பீடு
3. கொள்ளைசார் காப்பீடு
4. மருத்துவக் காப்பீடு.
5. பயிர்க் காப்பீடு
6. வாகனக் காப்பீடு
7. மூன்றாவதுநபர் காப்பீடு

I தீக் காப்பீடு

இக்காப்பீட்டின் முக்கிய நோக்கம் காப்பீடு பெறுநருக்குத் தீயினால் ஏற்படும் இழப்பை ஈடு செய்வதேயாகும். தீ என்பது ஒரு சிறந்த சேவகன் ஆனால் மோசமான தலைவன்.

1. தீக்காப்பீடு ஓர் ஆள்சார் ஒப்பந்தமாகும்

தீக்காப்பீடு ஒப்பந்தம் காப்பீடு பெறுநருடைய சொத்துக்குப் பாதுகாப்பு அளிப்பது கிடையாது. ஆனால், காப்பீட்டுச் சொத்துக்குத் தீயினால் ஏற்படும் இழப்பால் காப்பீடு பெறுநர் பாதிப்பு அடையாவண்ணம் பாாத்துக்கொள்கிறது. காப்பீடு செய்யப்பட்ட சொத்து வேறு ஒரு நபருக்கு உரிமை மாறுகிறபொழுது

இவ்வொப்பந்தம் முடிவுக்கு வந்துவிடுகிறது. ஏனெனில் காப்பீடு சொத்தைச் சார்ந்திருக்கவில்லை. உரிமையாளரைச் சார்ந்துள்ளது, அதனால், இக்காப்பீட்டின் உரிமை புதிய உரிமையாளருக்கு மாறுவதில்லை. எனவே, தீக்காப்பீடு, காப்பீடு தருபவருக்கும், காப்பீடு பெறுநருக்கும் இடையேயான ஓர் ஆள்சார் ஒப்பந்தமாகும்.

இத்திட்டாவணத்தில் தீயினால் நட்டம் ஏற்படுகையில் எக்காரணத்தினால் "தீ" ஏற்பட்டது என்பது அவசியமற்றது. இதில் காப்பீடு தருநர், காப்பீடு பெறுநருக்கு ஈடு செய்ய வேண்டியது பொறுப்பாகும்.

இத்திட்டாவணத்தில் ஏய்ப்புத்தன்மை ஏதும் இல்லாச் சூழலில் நட்டத்திற்குரிய அண்மைக் காரணமாக இதனை மட்டுமே கணக்கில் கொள்ள வேண்டும்.

2.கருநிலை உண்மையும் முன்மொழிகைப் படிவமும்

காப்பீடு பெற விழைபவர், அவருடைய பெயர், முகவரி, தொழில் எப்பொருளைக் காப்பீடு செய்யவிருக்கிறார் என்ற தகவல்களைத் தெரிவிக்க வேண்டும். பொருள் பற்றி அளித்த விவரம் காப்பீட்டிற்குப் போதுமான தகவல்களாக இருக்க வேண்டும். ஏனெனில், நட்டஈடு கோரும்போது முன்மொழிகைப் படிவத்தில் குறிப்பிட்டிருந்த சொத்திற்குத்தான் அழிவு ஏற்பட்டது என்று நிரூபிக்க வேண்டிய பொறுப்பு காப்பீடு பெருநரையே சாரும்.

முன்மொழிகைப் படிவத்தில் கேட்கப்படாவிடினும் பின்வரும் தகவல்களைக் காப்பீடு பெற விழைபவர் தெரிவிக்க வேண்டும்.

அ. சாதாரணமாகத் தீப்பிடிக்க வாய்ப்புள்ள தகவல்கள்

ஆ. பொதுவான எதிர்பார்பிற்கும்மேல் காப்பீடு தருநருக்கு ஏற்படக்கூடிய பொறுப்புகள்

இ. நியதிக்கு எதிரான (Moral Hazard) இடர்கள் ஏற்படலாம் என அறியக்கூடிய தகவல்கள்

எ.கா

தன் கடையில் பொதுவாகச் செய்தித்தாள்கள், மளிகைச் சாமான்கள், தின்பண்டங்கள் விற்றுவரும் வியாபாரி தீ மற்றும் வெடிக்கக் கூடியவற்றிற்குச் சிறு வியாபாரி திட்டாவணத்தின் கீழ்காப்பீடு செய்கிறார். ஆனால், விழாக்காலங்களில் ஒரு தகரப்பெட்டியில் பட்டாசுகளை அடைத்து வைத்திருக்கிறார். அதில் தீப்பிடிக்க ஆரம்பித்து வெடித்து கடையிலுள்ள பொருட்களுடன் கடை அழிந்துவிடுகிறது. இதில் காப்பீடு தருநருக்கு நட்டத்தை ஏற்க வேண்டிய

அவசியமில்லை. ஏனெனில், காப்பீடு பெறுநர் விழாக் காலத்தில் தன் கடையில் பட்டாசுகளை வைத்திருப்பது குறித்து எத்தகவலும் தெரிவிக்கத் தவறிவிட்டார் என்பதே.

தீக்காப்பீடு அசையும் மற்றும் அசையா சொத்துக்களுக்கு எடுக்கப்படாலம். ஆனால், காப்பீடு பெறுநருக்கு அந்தச் சொத்தின்மீது காப்பீடு ஒப்பந்தத்தில் ஈடுபட்ட காலத்திலும் நட்டம் ஏற்படுகின்ற காலத்திலும் காப்பீடு பெருநலன் இருக்க வேண்டியது அவசியமாகிறது.

தீக்காப்பீடு திட்டாவண வகைகள்

அ) மிதக்கும் திட்டாவணம் (Floating Policy)

ஒரு நபருக்கு நகரிலோ, ஊரிலோ உள்ள பற்பல இடங்களிலுள்ள சரக்குகளின் மீது இத்திட்டாவணம் ஒரே முனைமத்தின் பேரில் வழங்கப்படுகிறது. இதற்கு காப்பீட்டு பெறுநர் எந்த இடத்தில் அவருக்கு அதிக மதிப்பான பொருட்கள் உள்ளதோ, அம்மதிப்பு முனைமத்துடன் கூடுதலாக 25 சதவிதம் முனைமமாகச் செலுத்துதல் வேண்டும். இம் மிதக்கும் திட்டாவணம் எந்தவித அசையா சொத்துக்கும் பொருந்தாது.

(ஆ) அறிவிக்கப்பட்ட திட்டாவணம் (Declaration Policy)

இத்திட்டாவணம் காப்பீடு பெறுநரின் சொந்த சரக்கு அல்லது அவருடைய பாதுகாப்பிலுள்ள சரக்கிற்கு வழங்கப்படுகிறன்றது.

பொதுவாக சரக்கிருப்பின் அளவு, கொள்முதல், விற்பனைக்கேற்ப அடிக்கடி மாறுபடும். பொருள் உரிமையாளர் குறித்த தொகைக்கு ஒரு திட்டாவணம் எடுத்து (எதிர் பார்க்கும் அதிகபட்ச அளவு) அதற்கான முனைமம் செலுத்துகிறாரா? மாதா மாதம் பொருளின் உரிமையாளர், காப்பீடு தருநருக்கு சரக்கு – இருப்பு அளவினை தெரியப்படுத்துகிறாரா? திட்டாவண காலமுடிவில் முனைமத்தொகை தெரிவிக்கப்பட்ட அளவிற்கேற்ப சரிப்படுத்தப்படுகிறதா? என்பதை கவனிக்க வேண்டும்.

(இ) மறு அளிப்புத் திட்டாவணம் (Re-Instatement Policy)

இத்திட்டாவணம் பழமைக்குப் புதியன எனவும் கூறப்படுகிறது. இத்திட்டாவணம் கட்டிடம், இயந்திரம், இயந்திரத் தளவாடங்கள், அறைகலன் மற்றும் பொருத்தல்கள் முதலியனவற்றிற்கு மட்டும் வழங்கப்படுகிறது.

இத்திட்டத்தின் கீழ், சேதமுற்ற சொத்து ஒப்பந்தத்தின் போது இருந்த தன்மைக்கு நிகராகக் காப்பீடு தருநரால் மாற்றி வழங்கப்படும்.

சேதமுற்ற சொத்துக்கள் புதிய சொத்துக்களாக மாற்றித் தரப்படும்போது, சேதமுற்ற சொத்துக்களைக் காட்டிலும் தொழில் நுட்பவகையில் மேம்பட்டிருந்தால் (எ.கா குறைந்த மின்திறனில் அதிக வெளியீடு கொடுக்கும் திறன்) காப்பீடு பெறுநர் புதிய பொருள்களின் மதிப்பில் ஒரு பகுதியை ஏற்கவேண்டும். ஏனெனில், அவர் இம்மாற்றத்தினால் (ஈட்டுறுதியால்) முன்பிருந்ததைவிட அதிகப்படியான பயனைப் பெறக்கூடாது என்பதே.

II. கடல்சார் காப்பீடு

கடல்சார் காப்பீடு மிக முக்கியமானதும் அதே நேரத்தில் சவால் நிறைந்ததாகவும் உள்ளது. இக்காப்பீடு பல நூற்றாண்டுகளுக்கு முன்பே, உலக நாடுகளால் ஏற்படுத்தப்பட்ட ஒன்றாகும். இக்காப்பீட்டின் கீழ் காப்பீட்டு தருநர் கடல் பயணத்தை தழுவி எழும் இழப்புகளுக்கு ஈட்டுறுதி அளிக்க ஒப்பு கொள்கிறார்.

காப்பீட்டின் கோட்பாடுகளான மிக்க நம்பிக்கை, ஈட்டுறுதி, காப்பீட்டு நலன் மற்றும் அண்மைக்காரணம் போன்றவை கடல்சார் காப்பீட்டுக்கு பொருந்தினாலும், காப்பீடு கோட்பாடுகளில் ஒன்றான காப்பீடு – பெறுநலன், இடர் ஏற்படும்போது இருந்தாலே போதுமானது.

கடல்சார் காப்பீடு திட்டாவண வகைகள்

கடல் சார் காப்பீடு திட்டாவணம், கீழ்காணும் மூன்று பெரும் பிரிவுகளாக வகைப் படுத்தப்படுகிறது. அவைகளாவன,

1. திட்டாவணத்தின் கருப்பொருளின் அடிப்படையில்
2. திட்டாவணத்தின் கால அடிப்படையில் மற்றும்
3. திட்டாவணத்தின் நிபந்தனை அடிப்படையில்

1) திட்டாவணத்தின் கருப்பொருளின் அடிப்படையில்

கருப்பொருளின் அடிப்படையில் உள்ள சில வகையான காப்பீடுகளைப் பற்றி இங்கு காண்போம், அவைகளாவன

அ. பொருள்சார் காப்பீடு

ஆ. கடல்சார் காப்பீடு

இ. கப்பல் சத்தம் காப்பீடு

ஈ. பொறுப்பு காப்பீடு

அ. பொருள்சார் காப்பீடு (Cargo Insurance)

இவ்வகைக் காப்பீட்டில் கப்பல் மூலமாக அனுப்பும் பொருள்களுக்கு தீ, திருட்டு, சூறாவளிப்புயல், வெடிப் பொருள்களினால் ஏற்படும் விபத்து, பிறவற்றோடு மோதல் போன்ற காரணங்களால் ஏற்படும் நட்டத்திற்கு ஈட்டுறுதி பெற உதவுகிறது.

ஆ. கடல்சார் காப்பீடு (Hull Insurance)

இக்காப்பீடு கடலில் பயணமாகும் கப்பல்கள், மீன்பிடி படகுகள், மேலும், கப்பல் கட்டுமானத்தில் ஏற்படும் கட்டுமானப்பணி இடர்கள் போன்றவற்றை உள்ளடக்கியதாக உள்ளது. இத்திட்டாவணம், எரிந்து விடுதல், பிறவற்றோடு மோதல், புயல், திசை மாறுதல் போன்ற இடர்பாடுகளினால் மூன்றாம் நபருக்கு ஏற்படும் நட்டத்திற்கு ஈட்டுறுதி பெற உதவி செய்கிறது.

இ. கப்பல் சத்தம் காப்பீடு

பொருள்களைக் கப்பலில் ஏற்றிச் செல்லச் சத்தம் தரப்படும். கப்பல் முழுவதும் வாடகைக்கு எடுத்துக் கொண்டால் வாடகை தரவேண்டும். பொருட்களைச் சேர்க்க வேண்டிய இடத்தில் சேர்க்காவிடில் சத்தத்தை கப்பல் உரிமையாளர் இழக்க நேரிடும். இவ்வகை சந்தர்ப்பங்களில் காப்பீடு தருநர் காப்பீடு பெறுநருக்கு சத்த இழப்பை ஈடு செய்வார்.

ஈ. பொறுப்புக் காப்பீடு

துறைமுகத்திற்குச் சேதம், மோதல், தரைதட்டுதல் முதலியவற்றால் ஏற்படும் நட்டங்களை இக்காப்பீடு ஈடு செய்கிறது. ஏமாற்றும் எண்ணமில்லாது, விதிமுறைகளை பின்பற்றாததினால் ஏற்படும் செலவுகளுக்கும் காப்பீடு எடுக்க முடியும்.

2. திட்டாவணத்தின் கால அடிப்படையில்

அ. காலத்திட்டாவணங்கள்

இத்திட்டாவணங்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு எடுக்கப்படும். திட்டாவணத்தில் அக்கால அளவு குறிக்கப்பட்டிருக்கும். கடல்சாரா சட்டம் 1963, பிரிவு 27 (22)ன் படி காலத்திட்டாவணம், 12 மாதங்களுக்குட்பட்டதாக இருக்க வேண்டும். மீறினால் செல்லாததாகிவிடும்.

ஆ. கடற்பயண திட்டாவணங்கள்

இத்திட்டாவண ஒப்பந்தப்படி, ஒரு குறிப்பிட்ட கடற்பயணத்திற்கான காலத்திற்கு மட்டுமே காப்பீடு செய்யப்படும்.

எ.கா.

சென்னையில் இருந்து சிங்கப்பூர், சென்னையிலிருந்து–லண்டன் இவை குறித்த காலத்திற்குள் நடைபெறும் கடற்பயணமாக இருக்க வேண்டும் என வரையறுக்கப்படலாம். ஆனால், பெரும்பாலான திட்டாவணங்கள் கால அளவு வரையறுக்கப்படாத கடற்பயண திட்டாவணங்களாகவே இருக்கும்.

3) திட்டாவணத்தின் நிபந்தனை அடிப்படையில்

அ) கட்டுமானம் – கட்டுனர் இடர் திட்டாவணங்கள்

கப்பல் கட்டுமானம் தொடங்கிய நாள் முதல், வெள்ளோட்டம் நடத்தி பயணத்திற்கும் அளிக்கும் வரையில் ஏற்படும் ஏனைய இடர்பாடுகளுக்கான காப்பீடு, இத்திட்டாவணத்தின் கீழ் வருகிறது. இத்திட்டாவணம், கப்பல் பழுது பார்த்தலின் போதான இடர்களுக்கும் பொருந்தும்.

ஆ) துறைமுக இடர் திட்டாவணங்கள்

குறிப்பிட்ட துறைமுகத்தில் கப்பல் நிறுத்தப்பட்டிருக்கும்போது, கப்பலுக்கோ அல்லது அதிலுள்ள பொருட்களுக்கோ ஏற்படும் இழப்பை இத்திட்டாவணம் ஈடு செய்கிறது. கப்பல், துறைமுகத்தை சேர்ந்த நேரம் முதல் மீண்டும் பயணம் தொடங்கும் வரை துறைமுகப் பகுதியில் கப்பல் எங்கிருந்தாலும் அதற்கு ஏற்படும் இழப்பு ஈடு செய்யப்படுகிறது.

இ) மிதக்கும் திட்டாவணங்கள்

இத்திட்டாவணத்தில் காப்பீடு பெறுநர் கப்பலில் உள்ள பொருட்கள் குறித்து குறிப்பிடத் தேவையில்லை.

எந்தக் காலம் வரை காப்பீடு வழங்கப்பட்டுள்ளதோ, அக்காலம் வரை நிபந்தனையற்ற காப்பீடு பாதுகாப்புத் தருகிறது.

ஈ) திறந்த திட்டாவணங்கள் (Open Cover Policies)

இத்திட்டாவணம் குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு அனுப்பப்படும் பொருள்களுக்கெல்லாம், நிபந்தனையற்ற பாதுகாப்பு அளிக்கும் ஒரு ஏற்பாடாகும். இதில் காப்பீடு பெறுநர் கப்பலில் உள்ள அனைத்துப் பொருள்களைப் பற்றிய

விவரங்களையும் தெரிவித்துவிட வேண்டும். அதுபோல, காப்பீடு தருநர், அப்பொருட்கள் அனைத்திற்கும் பாதுகாப்பு அளித்திட வேண்டும். இத்திறந்த திட்டாவணம், இரு குறிப்பிட்ட துறைமுகங்களுக்கிடையே அல்லது உலகம் முழுவதும் உள்ள துறைமுகங்களுக்கிடையே என்ற அடிப்படையில் அமையலாம்.

III. கொள்ளைசார் காப்பீடு (Burglary Insurance)

இவ்வகைக் காப்பீடு சொத்து காப்பீடு வகையைச் சார்ந்தது. இத்திட்டாவணத்தில் சிறு திருட்டு, கொள்ளை, வீட்டைஉடைத்து திருடுதல் மூலம், வீட்டுப் பொருள்கள் தனி உடமைகள் போன்றவற்றிற்கு ஏற்படும் இழப்பிற்கு ஈடு செய்யப்படுகிறது.

திட்டாவணத்தில் கொள்ளை, வீட்டைஉடைத்து திருடுதல், சிறு திருட்டு போன்றவற்றில் இலக்கணம் தரப்பட்டிருக்கும். தற்பொழுது கொள்ளைசார் திட்டாவணம் பிரபலமடைந்து வருகிறது.

திட்டாவண வகைகள்

அ.வியாபார வளாகக் – கொள்ளைக் காப்பீடு திட்டாவணம் (Burglary - Premises - Insurance Policy)

வியாபார வளாகக் – கொள்ளைக் காப்பீடு திட்டம் பொதுவாகக் கொள்ளை மற்றும் கடையடைப்பால் ஏற்படும் நட்டத்திற்குச் செய்யப்படும் காப்பீடாகும். வன்முறையற்ற திருட்டினால் ஏற்படும் நட்டத்திற்கு இத்திட்டாவணம் பொருந்தாது. வியாபார சரக்கு, நம்பிக்கையின் பேரில் அளிக்கப்பட்ட சரக்கு, அறைகலன் போன்றவற்றிற்கு, கொள்ளை மற்றும் கடையுடைப்பு திருட்டினால் வரும் இடர்பாடுகளை இத்திட்டாவணம் காப்பீடு செய்கிறது.

ஆ. தனியார் இருப்பிடக் கொள்கை காப்பீடு திட்டாவணம் (Private Dwelling Policy)

இத்திட்டாவணம் கொள்ளை மற்றும் வீட்டைஉடைத்தல் இடர்பாடுகளுடன் சாதாரணத் திருட்டினால் ஏற்படும் இடர்களுக்கும் பொருந்தும். இவ்வகைத் திட்டாவணத்திற்கு வீட்டிலுள்ள பொருட்கள் அனைத்திற்கும் அதன் முழுமதிப்பிற்குக் காப்பீடு செய்யப்படுதல் வேண்டும். மேலும் இத்திட்டத்தில்,

i. அறைகலன், வீட்டுப்பொருட்கள் மற்றும் தனியுடைமை ஆகியவற்றிற்கு ஒரு திட்டாவணமும்.

ii. அணிகலன்கள் மற்றும் விலையுயர்ந்த பொருட்களுக்கு மற்றொரு திட்டாவணம் வழங்கப்படலாம்.

இ. அணிகலன்கள் மற்றும் விலையுயர்ந்த பொருட்கள் பாதுகாப்புத் திட்டாவணம் (Jewellery and valuable Insurance policy)

இத்திட்டாவணம், அணிகலன் மற்றும் விலையுயர்ந்த பொருள்களின் இழப்பால் ஏற்படும் நட்டத்திற்குப் பொருந்துகிறது. ஆனால், அணிகலனை ஒரு நபர் அணிந்திருக்கும்போதோ அணிகலன் செய்யப்படும்போதோ ஏற்படும் நட்டத்திற்கு இது பொருந்தாது.

ஈ. அனைத்து இடர் காப்பீடு திட்டாவணம் (All Risks Insurance Policy)

இத்திட்டாவணம் தீ, கொள்ளை, திருட்டு, விபத்து மற்றும் எதிர்பாரா விளைவுகளால் ஏற்படும் அழிவு மற்றும் இழப்பு முதலியவைகளுக்குப் பொருந்தும். இத்திட்டாவணம் அணிகலன், விலையுயர்ந்த பொருள்கள், ஓவியம் மற்றும் கலைப்பொருட்கள் போன்றவற்றிற்கு மிகவும் சிறப்பாகப் பொருந்தும்.

IV. மருத்துவக் காப்பீடு (Medical Insurance)

இக்காப்பீட்டின் கீழ் காப்பீட்டு நிறுமங்கள் காப்பீட்டு பெறுநருக்கு மருத்துவமனைச் செலவுகள், வீட்டுடை மருத்துவ செலவுகள், அபாயப் பிரிவு மருந்து செலவுகள், அறுவை சிகிச்சை மற்றும் அதன் தொடர் மருந்து செலவுகளுக்கு ஈடளிக்கும். ஒரு சிறு முனைமத் தொகையின் பேரில் காப்பீட்டு பெறுநர் இவ்வகைக் காப்பீட்டால் குறிப்பிட்ட எல்லைக்குட்பட்டு எல்லாவகை மருத்துவ பயன்பாடுகளையும் பெற முடியும்.

இதற்குறிய முனைமம் வீதம் காப்பீடு பெறுநர் தேர்ந்தெடுக்கின்ற வகையையும் திட்டத்தையும் பொருத்து அமைகிறது.

மருத்துவக்காப்பீட்டின் வகைகள்

1. தனிநபர் விபத்து மருத்துவக் காப்பீடு
2. தனிநபர் விபத்தல்லாத மருத்துவக் காப்பீடு

இக் காப்பீட்டின் கீழ்க் காப்பீட்டு தருநர் காப்பீட்டு பெறுநருக்கு திட்டம் A–ன் கீழ் விபத்துக் காப்பீட்டுடனான மருத்துவ காப்பீடும், திட்டம் B–ன் படி விபத்துக் காப்பீடற்ற மருத்துவ காப்பீடும் அளிக்கிறார். திட்டம் A.ன் படி அதிக பட்ச பயன் ரூ.1,50,000/– ஆகும் திட்டம் B–ன் படி ரூ 96,000/– ஆகும்.

அனைத்து இந்திய குடிமக்களுக்கும் இக்காப்பீடு பொருந்தும். இத்திட்டத்திற்கான முனைமத் தொகைக்கு வருமான வரிச் சலுகை அளிக்கப்படுகிறது. இக்காப்பீடு குறைந்த மற்றும் நடுத்தர வருமானம் உள்ளவர்களுக்கும் ஏற்ற ஒன்றாகும். இக்காலத்தில் மருத்துவ மற்றும் அறுவை சிகிச்சை செலவுகள் அதிகரித்துக் கொண்டு செல்கின்றன. இவ்வாறான மருத்துமனைச் செலவுகளை இத்திட்டம் ஈடு செய்ய உதவுவதால் இது தற்பொழுது வெகுவாகப் பிரபலமடைந்து வருகிறது.

காப்பீடு தனியார் மயமாக்குதல் (Privatisation of Insurance)

பொதுவாக ஒரு நாட்டில் பொதுத்துறை நிறுவனங்கள் இலாபகரமாகவும் மற்றும் திறமைமிக்கதாகவும் செயல்பட வாய்ப்புகள் குறைவு. அதற்கு, நிறைய காரணங்கள் உள்ளன. ஏன் சமதர்மத்தை (Socialism) அடிப்படையாகக் கொண்ட நாடுகளில் கூட பொதுத் துறை நிறுவனங்கள் திறமையாக மற்றும் இலாபகரமாகச் செயல்பட வாய்ப்புகள் குறைவாக உள்ளன. இதற்கு முக்கியக் காரணம் முற்றுரிமை ஆகும். ஒருநாட்டில் அனைத்துத் துறைகளையும் அரசுடமையாக்கினால், அடிமைதனத்திற்கும், அடக்கு முறை ஆட்சிக்கும் அடிகோலுவதாகும்.

நாம் வாழ்வது போட்டிகள் நிறைந்த உலகம், இந்நேரத்தில் அனைத்து பொதுத்துறை நிறுவனங்களும் மிகுந்த திறமையுடன் செயல்பட வேண்டும். அதே நேரத்தில் அவை தனியார் நிறுவனங்களுடன் போட்டி போட்டு வாணிபம் செய்யும் திறனை வளர்த்துக் கொள்ள வேண்டும். அவ்வாறு இல்லையெனில் அவை தனது வாணிபத்தை இழக்க நேரிடும்.

காப்பீட்டில் தனியார் துறையை அனுமதிப்பது தொடர்பாக இந்திய அரசாங்கம் 1993–ஆம் ஆண்டு காப்பீடு சீர்திருத்த குழுவை அமைத்தது. அக்குழு சிலமாதங்கள் கழித்து தனது அறிக்கையை மத்திய அரசாங்கத்திடம் அளித்தது. அதில் காப்பீடுத்தொழிலில் தனியார் துறையை, பொதுத்துறையுடன் இணைந்து செயல்பட அனுமதிக்கலாம் என குறிப்பிட்டு இருந்தது. இதன் மூலம் நிர்வாக திறமையும், காப்பீடு பெறுநர்களுக்கு சிறப்பான சேவையையும் அளிக்க முடியும் என்று கருதியது. இதன் மூலம் திரட்டப்படும் நிதி நாட்டின் அடிப்படை கட்டமைப்பிற்கு பயன்படுத்த இயலும்.

காப்பீடு தனியார் மயமாக்குதலின் அவசியம் (Need for privatisation of Insurance)

பொதுவாக பொதுத்துறை நிறுவனங்கள் அனைத்தும் அளவில் பெரியதாகவும், நடைமுறைசிக்கல்கள் அதிகமாகவும் காணப்படுகின்றன. மேலும், பொதுத்துறை (காப்பீடு) நிறுவனங்கள் அரசின் அறிவுறுத்தலின்படி மற்றும்

உயர் அதிகாரிகளின் ஆணைப்படியும் ஒரு மாறுபாடற்ற (Fixed) வழிமுறையை அடிப்படையாகக் கொண்டுச் செயல்படுகிறது. இதனால் நிறைய அடிப்படை பிரச்சனைகள் எழ வாய்ப்புள்ளது. பொதுத்துறை (காப்பீடு) நிறுவனங்களிடம் தளர்வுத் தன்மை (Flexibility)மிக மிக குறைவு. அவர்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட வழியைப் பின்பற்றினால் அதில் இருந்து மாறவே மாட்டார்கள்.

கடந்த நூற்றாண்டில் கிடைத்த அனுபவத்தின்படி, பொதுத்துறை நிறுவனங்கள் குறிப்பாகத் துறை சார்ந்த நிறுவனங்கள் அனைத்தும் நட்டத்தை நோக்கியே சென்றுள்ளன.

சில பொதுத்துறை நிறுவனங்களின் செயல்பாடு நன்றாகவும், நல்ல இலாபம் ஈட்டக்கூடியதாகவும் உள்ளது. ஆனால் அவற்றைத் தனியார் துறையிடம் இணைத்துப் பார்க்கும்பொழுது, பொதுத்துறையின் செயல்பாடு குறைவாக உள்ளது.

மேற்கூறிய காரணத்தினால் இனிவரும் காலங்களில் நாட்டில் உள்ள சில இலாப நோக்கமற்ற துறைகளைவிட (பாதுகாப்பு மற்றும் அத்தியாவசியப் பொருள்கள்) மற்ற துறைகளைத் தனியார் மயமாக்குதலின் மூலம் மக்களின் சமூக நலன் கருதி அவற்றைத் திறமையாகச் செயல்பட வைக்க வேண்டும்.

காப்பீடு தனியார் மயமாக்கப்படுவதால் ஏற்படும் நன்மைகள்

1) வேலைவாய்ப்பு அதிகரிக்கிறது

பல நிறுவனங்கள் காப்பீடு துறையில் நுழைவதால் அதிகமான போட்டி ஏற்படுகிறது. நிறுவனங்கள் அதிகரிப்பதால் வேலை வாய்ப்புகள் அதிகரிக்க வாய்ப்புள்ளது. நாட்டின் வேலையில்லா திண்டாட்டமும் ஒழியும்.

2) புதுமையைப் புகுத்துதல்

காப்பீட்டில் தனியார் துறையை அனுமதிப்பதன் மூலம் அதன் செயல்பாடு அதிகரிக்கிறது. மேலும், பல புதிய திட்டாவணங்கள் அறிமுகப்படுத்தப்படும். காப்பீடு பெருநர்கள் அதிகரிப்பார்கள். பழமையான காப்பீடு நடவடிக்கைகள் புதுமைப்படுத்தப்படும். பல அயல்நாட்டு நிறுமங்களும் இத்துறையில் ஈடுபட வாய்ப்புள்ளது. இதனால் இத்துறையின் வளர்ச்சி அதிகரிக்கும் ஆகையால், காப்பீடு பெருநர்கள் நிறைய பயன் அடைகின்றனர்.

3) சிறப்பான மேலாண்மை திறன்

காப்பீடு துறை தனியார் மயமாக்குவதால், நிறைய உள்நாட்டு மற்றும் அயல் நாட்டு நிறுவனங்கள் இத்துறையில் ஈடுபட வாய்ப்புள்ளது. மேலாண்மைத் திறன் அதிகரிக்க வாய்ப்புள்ளது. மேலாண்மைத் திறன் அதிகரிப்பதனால், அவர்கள் சிறப்பான சேவையை காப்பீடு பெறுநருக்கு அளிப்பார்கள்.

4) சுதந்திரமான செயல்பாடு

காப்பீடு துறை தனியார்மயமாக்கப்படுவதால், அவர்கள் எந்த ஒரு முடிவையும் விரைவாக எடுக்க வாய்ப்புள்ளது. முடிவுகள் விரைவாக எடுப்பதனால் காப்பீடு பெறுநர்கள் பயன் அடைகின்றனர். இதனால் காப்பீடு பெறுநருக்கு கிடைக்கவேண்டிய சேவைகள் விரைவாகக் கிடைக்கப்பெறும்.

5) நுகர்வோர் தேவைகள் மற்றும் சேவைகள்

காப்பீடு துறை தனியார் மயமாக்கப்படுவதால் பெரும் போட்டி ஏற்பட வாய்ப்புள்ளது போட்டி அதிகரிப்பதனால், நுகர்வோருக்குப் பயன்கள் அதிகரிக்கின்றன. காப்பீடு நிறுவனங்கள் நிறைய சலுகைகள் அளிக்கின்றனர். நுகர்வோர்கள் அவர்களுக்கு அதிகமாகத் தேவைப் படுகின்றனர். இதனால், அவர்களின் சேவை மனப்பான்மையும் அதிகரிக்கிறது.

6) காப்பீடு சந்தை விரிவாக்கப்படுதல்

கடந்த சில ஆண்டுகளாக காப்பீடு நிறுவனங்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட சேவைகளை மட்டுமே காப்பீடு பெறுநர்களுக்கு அளித்து வந்தது. இப்பொழுது தனியார் மயமாக்கப்பட்டுள்ளதால், இதனுடைய சந்தை விரிவாக்கப்பட்டுள்ளது. அதாவது, அனைத்து துறைகளிலும் நிதி, மேலாண்மை, கணிப்பொறி, மென்பொருள், கடினபொருள் போன்றவற்றிலும் காப்பீடு நிறுவனங்களின் சேவை அதிகரித்துள்ளது. இதனால் அதிகமான நிதி திரட்டப்படுகிறது. மேலும் இந்நிதி நாட்டின் அடிப்படை கட்டமைப்புக்குப் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

7) சமூக பாதுகாப்பு

இந்த நவீன காலத்தில் காப்பீட்டு துறையை தனியார்மயமாக்குவதன் மூலம் பல தனியார் நிறுவனங்கள் இத்துறையில் ஈடுபடும். இதன் மூலம்

காப்பீடு துறை அனைத்து தர மக்களையும் சென்றடைய வாய்ப்புள்ளது. ஆகையால் பொதுமக்களின் சமூக பாதுகாப்பு அதிகரிக்கப்படுகிறது.

காப்பீட்டு துறையில் தனியார் நிறுவனங்களை அனுமதிப்பதன் தொடர்பாக தொழிற்சங்கங்கள் கீழ் கண்ட சில கருத்துகளை தெரிவித்துள்ளன.

1. பொதுவாக தனியார் நிறுவனங்கள் இலாபத்தை நோக்கமாக கொண்டு செயல்படுவதால், அவைகள் நகர்புறங்களுக்கு முக்கியத்துவம் கொடுக்கின்றன.

2. தகுந்த காரணங்கள் இல்லையெனில், அந்நிதி பெதுமக்களுக்கு பயன்படாமல் போய்விடும்.

பொதுவாக மேற்கூறிய காரணத்தை வைத்துப் பார்த்தால், தொழிற்சங்கங்கள் தெரிவிக்கும் கருத்து ஓரளவுக்கு உண்மை போலவே தோன்றுகிறது. மேலும், தனியார் நிறுவனங்கள் தொழிற்சங்கங்களை கலைப்பதற்கும் வாய்ப்புள்ளது. இதனால் தொழிலாளர்கள் பாதிக்கப்படுவார்கள் என்ற அச்ச உணர்வு உள்ளது. தற்பொழுது இருக்கும் சூழ்நிலையில் இந்திய அரசாங்கம் சில குறிப்பிட்ட பொதுத் துறைகளை தனியார்மயமாக்குதல் சரியே. மேலும் அது நாட்டின் வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்கும். அதே நேரத்தில் தொழிலாளர்களின் நலனையும் கருத்தில் கொண்டு முடிவு எடுக்க வேண்டும். ஏன் என்றால் ஆயுள் மற்றும் பொதுக்காப்பீடு நிறுவனங்கள் ஒரு பொதுத்துறை நிறுவனங்களில் ஒன்றாகும்.

வினாக்கள்

I சரியானவற்றை தேர்ந்தெடுத்து எழுதுக

1. கீழ்வருவனவற்றில் எது ஆயுள் காப்பீட்டு திட்டாவணத்தின் கீழ்வரும்

அ. சட்டத்திற்கு மட்டிலுமான திட்டாவணம் ஆ. பொருள்சார் காப்பீடு
இ.அறிவிக்கப்பட்ட திட்டாவணம் ஈ. பணம் திருப்ப திட்டாவணம்

2. எந்த ஆண்டு குழந்தைகள் பணம்–திரும்பத் திட்டாவணம் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது?

அ. 1986 ஆ. 1988 இ. 1989 ஈ. 1995

3. எந்த ஆண்டு காப்பீடு சட்டம் இந்தியாவில் அமுலாக்கப்பட்டது.

அ. 1940 ஆ. 1928 இ. 1938 ஈ. 1945

4. காப்பீட்டின் தத்துவம் யாது?

அ. கூட்டுறவு ஆ) பரஸ்பர ஆர்வம்
இ. ஈட்டுறுதி ஈ. மேற்கூறிய எதுவுமில்லை

5. ஆயுள் காப்பீட்டு திட்டாவணம் எடுக்க குறைந்தபட்ச ஆண்டு

அ. 1 வருடத்திற்கு மேல் ஆ. ஐந்து ஆண்டுக்குள்
இ. பத்து ஆண்டுக்குள் ஈ. 15 வருடம் மற்றும் அதற்கு மேல்

6. கீழ்வருவனவற்றில் எவை தீ காப்பீட்டின் கீழ் வருகின்றன?

அ. கடற்பயண திட்டாவணம் ஆ. குறித்த வயது திட்டாவணம்
இ. மிதக்கும் திட்டாவணம் ஈ. கூட்டு நபர் திட்டாவணம்

7. கீழே உள்ளவைகளில் எவை கொள்ளைசார் காப்பீட்டின் கீழ் வருகின்றன?

அ. கப்பல் சத்தக் காப்பீடு அ) திறந்த திட்டாவணங்கள்
இ. பொறுப்பு காப்பீடு ஈ) அணிகலன் மற்றும் விலையுயர் திட்டாவணம்

8. மருத்துவக் காப்பீடு திட்டம் A–ன் படி, அதிகபட்ச பயன் எவ்வளவு?

அ. 10,000 ஆ) 1,50,000 இ) 1,00,000 ஈ) 3,00,000

சரியான பதில்கள்

1. ஈ 2. ஈ 3. இ 4.அ 5.அ 6. அ 7. இ 8. ஆ

II கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக

1. காப்பீடு எதை அடிப்படையாக கொண்டு அமைந்துள்ளது ---------
2. காப்பீடு என்பது இருவருக்கிடையே ---------- , ------- ஏற்படும் ஒப்பந்தமாகும்.
3. நாம் ஆயுள்திட்ட ஆவணங்களை ---------- என்றழைப்பதே சரியானதாகும்.
4. கொள்ளைச்சார் காப்பீடு ----------- சொத்து காப்பீடு வகையைச் சார்ந்தது.
5. கடல் சார் காப்பீட்டில், காப்பீடு பெறுநலன் ------- ஏற்படும் போது இருந்தால் மட்டும் போதும்.
6. மருத்துவ காப்பீடு திட்டம் A மற்றும் B–யின் கீழ் அதிகபட்ச பயன் ------- , -------.
7. தீக்காப்பீடு ------------ மற்றும் ------------- போன்ற இரண்டு வகையான சொத்துக்கும் எடுக்கப்படுகிறது.
8. பொதுவாக ஆயுள் காப்பீடு --------- மற்றும் --------- இருக்கும்.

சரியான விடைகள்

1) கூட்டுறவு
2) காப்பீட்டு பெறுநர், காப்பீட்டு தருநர்
3) ஆயுள் காப்பீட்டுறுதி
4) சொத்து காப்பீடு
5) நட்டம்
6) ரூ1,50,000, ரூ96,000
7) அசையும், அசையா
8) இலாபம் சேர்ந்த, இலாபம் சேராத

III பொருத்துக

1.	குறித்த வயது திட்டாவணம்	–	1) வாகன காப்பீடு
2.	பொறுப்பு காப்பீடு	–	2) கொள்ளைசார் காப்பீடு
3.	மறு அளிப்புத் திட்டாவணம்	–	3) தீ காப்பீடு
4.	அணிகலன் மற்றும் மதிப்புமிக்க திட்டாவணம்	–	4) கடல்சார் காப்பீடுதிட்டாவணம்
5.	சட்டத்திற்கு மட்டிலுமான	–	5) ஆயுள் காப்பீடு திட்டாவணம்

சரியான விடைகள்

1 → 5 2 → 4 3 → 3 4 → 2 5 → 1

IV சிறு வினாக்கள்

1. காப்பீடு என்பதன் பொருள் யாது?
2. காப்பீடு எடுப்பதற்கான தேவைகள் என்ன?
3. காப்பீடு தனியார் மயமாக்குதல் சிறு குறிப்பு தருக.
4. காப்பீட்டுறுதி – வரைவிலக்கணம் தருக.
5. ஆயுள்காப்பீடு – வரைவிலக்கணம் தருக. மற்றும் அதன் சிறப்பியல்புகளை கூறுக.
6. கடல்சார் காப்பீடு என்றால் என்ன?
7. மருத்துவக் காப்பீடு என்றால் என்ன?
8. தீ காப்பீடு என்றால் என்ன?

V. பெருவினாக்கள்

1. காப்பீடு மற்றும் காப்பீட்டுறுதி வேறுபடுத்துக

2. காப்பீட்டின் தத்துவங்கள் யாவை?

3. ஆயுள் காப்பீட்டின் திட்டஆவணங்களின் வகைகள் யாவை ?

4. கடல் சார் காப்பீட்டின் திட்டஆவணங்களின் வகைகள் யாவை?

5. தீ காப்பீட்டு திட்டஆவணங்களின் வகைகள் யாவை? விரிவாக்குக

6. கொள்ளைசார் காப்பீடு என்றால் என்ன? அதன் வகைகளை குறிப்பிடுக.

7. காப்பீட்டினை தனியார் மயமாக்குதலினால் ஏற்படும் நன்மை மற்றும் தீமைகளை கூறுக.

VI கட்டுரை வினாக்கள்

1. காப்பீட்டினை தனியார் மயமாக்குதல், மற்றும் அதன் பயன்களை விளக்குக.

2. காப்பீட்டின் தத்துவங்களை விரிவாக கூறுக.

பாடம் – 9

விளம்பரம்

முன்னுரை

ஒரு பொருளை சந்தையிடுகையில் அதன் விற்பனையை மேம்படுத்தும் ஒரு நடவடிக்கையே விளம்பரம் ஆகும். பேரளவு உற்பத்தியும், பகிர்வும், நடைபெற்றுக் கொண்டிருக்கும் இன்றைய சூழ்நிலையில், விளம்பரம் சந்தையிடுதலில் மிகவும் சக்தி வாய்ந்த கருவியாகத் திகழ்கிறது. பல்வேறு தயாரிப்பாளர்கள் ஒரே மாதிரியான பண்டங்களை உற்பத்தி செய்கின்றனர். சந்தையில் அவர்களுக்கிடையே கடும் போட்டி நிலவுகிறது. ஒவ்வொரு உற்பத்தியாளரும் தனது பண்டத்திற்கு தேவைகளை உருவாக்குவத்கு முனைகின்றார். உற்பத்தியாளருக்கு தங்கள் விற்பனையை அதிகரிப்பதற்கும் சந்தையைத் தக்க வைத்துக்கொள்வதற்கும் விளம்பரம் உதவுகிறது. ஒரு புதிய பண்டத்தை சந்தையில் அறிமுகப்படுத்துவதற்கு பொருத்தமான விளம்பரம் தேவைப்படுகிறது.

"விளம்பரம்" (Advertising) என்ற சொல் இரண்டு இலத்தீன் சொற்களிலிருந்து வந்தது. (‘Ad’ and ‘Vert’) அட்–குறிப்பிட்ட நோக்கிற்கு, வெர்ட்– திருப்புதல் (‘Ad ‘-towards and ‘Vert’ to turn) என்பது பொருள். குறிப்பிட்ட நோக்கிற்குத் திருப்புதல் என இது பொருள்படும். விளம்பரமானது குறித்த நோக்குடன் செய்யப்பட்டு மக்களின் எண்ணத்தையும் கவனத்தையும் குறிப்பிட்ட பொருளின்பால் திசை திருப்பி குறிப்பிட்ட அப்பொருளை வாங்கத் தூண்டுகிறது.

வரைவிலக்கணங்கள்

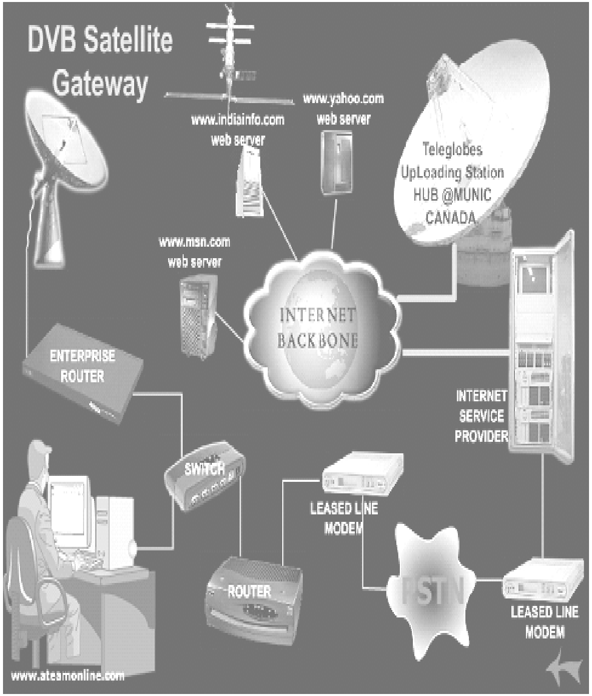
ஹால் என்பவர் அச்சு மூலமாகவோ அல்லது படங்களை வெளியிடுவதன் மூலமாகவோ எழுத்து மூலம் தகவல்களை பரப்பும் விற்பாண்மையே விளம்பரம் என்று வரைவிலக்கணம் தருகிறார்.

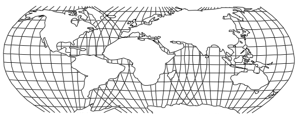
W.J.ஸ்டாண்டன் அவர்களின் கூற்றுப்படி வாய்மொழியாகவோ அல்லது காட்சிக்கு வைப்பதன் மூலமாகவோ ஒரு பண்டம், சேவை அல்லது கருத்து பற்றிய செய்திகளை வெளியிட்டு பரப்பும் ஆள்சாரா நடவடிக்கைகளே விளம்பரம் என அறியப்படுகிறது.

விளம்பரத்தின் பொருள்

ஒரு பண்டத்திற்குத் தேவையை உருவாக்கத் தூண்டும் ஆள்சாரா நடவடிக்கையே விளம்பரம் எனப்படும். விளம்பரம் வாய்மொழியாகவே பொதுமக்களுக்குத் தகவல்களைத் தெரிவிக்கிறது. பண்டங்களையோ சேவைகளையோ பொதுமக்களை வாங்குமாறு தூண்டுவதே விளம்பரத்தின் நோக்கமாகும்.

INTERNET AND WEB ADVERTISING





நுகர்வோர்களைப் பொருட்களை வாங்குவதற்கு ஈர்ப்பதே விளம்பரத்தின் நோக்கமாகும். ஒரு பொருளின் இருப்புத்தன்மை, பயன்பாடு, அதன் சிறப்பு பற்றிய தகவல்களைத் திருப்தி தரும்வகையில் விளம்பரம் வழங்குகிறது.

விளம்பரத்தின் நோக்கங்கள்

1.ஒரு பொருளை உடனடியாக விற்க.

2.முதன்மைத் தேவையை உருவாக்க.

3.விற்பனை விலை முறையைச் செயலுக்குக் கொண்டு வர.

4.ஒரு பொருளின் இருப்புத் தன்மை பற்றி தகவல் கிடைக்க.

5.குறிப்பிட்ட நிறுவனப் பண்டத்தையே பொதுமக்கள் வாங்குமாறு செய்வது.

6.சில்லறை விற்பனையாளர்களிடையே பொருள் பற்றிய விவரத்தை அறியச் செய்து, விற்பான்மையருக்கு உதவி செய்வது.

7.நற்பெயரை உருவாக்க, நம்பகத்தன்மையை உருவாக்க, மக்களுக்குப் பெரும் பயன் அளிக்கும் பல கண்டுபிடிப்புகளை ஆய்வு செய்யும் அறிவியல் ஆய்வு துறைக்கு உதவி செய்வது.

8. சந்தையில் பங்கு விற்பனையை அதிகரிக்க.

9.ஏற்கனவே உள்ள சந்தையின் பொருளை நன்கு எடுத்துக்காட்டி வாடிக்கையாளரை வாங்கச் செய்ய.

10.புதிய பொருட்களின் இருப்புத்தன்மையையும், அவற்றின் சிறப்புக் கூறுகள், விலைகள் பற்றி தெரிவிப்பது.

11.ஒரு பொருளை அடிக்கடி உபயோகிப்பதை அதிகரித்தல்.

12.சில்லறை விற்பனையின் எண்ணிக்கையையும், அப்பொருட்களின் தரத்தையும் அதிகரித்தல்.

13.நிறுமத்தின் தரத்தை அனைவரும் நல்லமுறையில் அறியச் செய்தல்.

14.வாங்கும் செயலை உடனே துரிதப்படுத்துதல்.

15.சந்தையில் புது இடங்களை அமைத்துக்கொள்ள.

16.பொருட்களுக்கு உலகளவில் சந்தையை விரிவாக்கம் செய்வது விளம்பரத்தின் நோக்கமாகும்.

விளம்பரம் என்பது தேவையை ஏற்படுத்தும் ஒரு கலையாக விளங்குகிறது.பொருள்கள் சந்தையில் விலைபோக இது உதவி செய்கிறது. விற்பனையை அதிகரிக்கப் பயன்படும் பலவித முறைகளுக்கு இதுவும் ஓர் ஊன்றுகோலாக உள்ளது.

விளம்பரம் தனது முக்கியமான கொள்கைகள் மூலமும், புதுவித செயல்பாடுகள் மூலமும் தயாரிப்பாளர்களுக்கு, மொத்த வியாபாரிகளுக்கு, சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு, நுகர்வோர்களுக்கு மற்றும் சமுதாயத்திற்குப் பல நன்மைகளையும், பயன்களையும் பெற்று தருகின்றது.

விளம்பரத்தின் நன்மைகள்

1.உற்பத்தியாளர்களுக்கு

அ)விளம்பரம் பொருளின் விற்பனை அளவை அதிகரிக்கிறது. உற்பத்திச் செலவைக் குறைப்பதற்குப் பேரளவு உற்பத்தி வழி வகை செய்கிறது. இதன்மூலம் லாபம் அதிகரிக்கின்றது.

ஆ)சந்தைக்குள் புதிய பொருட்கள் எளிதாக அறிமுகம் செய்யப்படுகின்றன.

இ)விளம்பரம், சரக்குகளுக்குப் புகழையும், நற்பெயரையும் உருவாக்கித் தருகிறது.

ஈ)சில்லறை விற்பனை விலையைச் சீராக்குகிறது.

உ)தயாரிப்பாளர்களுக்கும், நுகர்வோர்களுக்கும் இடையே நேரடித் தொடர்பை அமைத்துத் தருகிறது.

2.மொத்த வியாபாரிகளுக்கும், சில்லறை வியாபாரிகளுக்கும்

அ)விளம்பரம் பண்டத்தின் தரத்தை நுகர்வோர்கள் அறியச் செய்கிறது. ஆதலால் மொத்த வியாபாரிகளுக்கும், சில்லறை வியாபாரிகளுக்கும் விற்பனைப் பணி எளிதாகிறது.

ஆ)விற்பனை விரைவாக நடைபெறுவதற்கும் அதிகரிப்பதற்கும் விளம்பரம் உதவுகிறது. எனவே பழையபொருட்கள் கைவசம் இருப்பதில்லை. ஆதலால் நிர்வாகச் செலவு குறைகிறது.

இ)விற்பனை நடவடிக்கைகளை எளிதாக்குகிறது.

ஈ)பொருளுக்குரிய விபரங்களை நன்கு தெரியப்படுத்துகிறது.

உ) மிகவும் சிக்கன முறையில் விற்பனை செய்ய உதவுகிறது.

3.நுகர்வோர்களுக்கு

அ)விளம்பரம் ஒரு பண்டத்தின் விலை, தரம் பற்றிய தகவல்களைத் தருகிறது.

நுகர்வோர், பண்டத்தைத் தேர்வு செய்வதற்கு இந்த தகவல்கள் பெரிதும் உதவுகின்றன.

ஆ)பண்டங்கள் எப்பொழுது, எங்கு கிடைக்கும் என்பதை நுகர்வோர்களுக்கு விளம்பரம் தெரிவிக்கிறது. இதன் மூலம், நுகர்வோர்களின் பொன்னான நேரம் வீணாவதில்லை.

இ)பல்வேறு வகையான மாற்றுப் பொருட்களின் பயன்களையும், குறைகளையும் ஒப்பிட்டுப் பார்க்க நுகர்வோர்களுக்கு வாய்ப்பு அளிக்கிறது.

ஈ) பல மக்களுக்கு பொருட்களின் பயன்பாட்டை அதிகரிக்கச் செய்கிறது.

உ)சமீப கால நவீன விளம்பரங்கள் மிகச்சிறந்த தகவல் தரும் சாதனமாக விளங்குகின்றன.

4.விற்பாண்மையருக்கு

அ)விளம்பரம், பண்டங்களைப் பற்றிய தகவல்களை நுகர்வோர்களுக்கு முன்கூட்டியே தெரிவிக்கிறது. இதனால் விற்பாண்மையரின் பணி எளிதாக்கப்படுகிறது.

ஆ)ஒரு பண்டத்தைப் பற்றிய தகவல்களை விளம்பரம் நுகர்வோர்களுக்கு ஏற்கனவே தெரிவித்து விடுவதால் விற்பாண்மையரின் காலநேரம் சேமிக்கப்படகிறது. ஆதலால் விற்பாண்மையர் அதிக வாடிக்கையாளர்களுடன் தொடர்பு கொள்ள முடிகிறது.

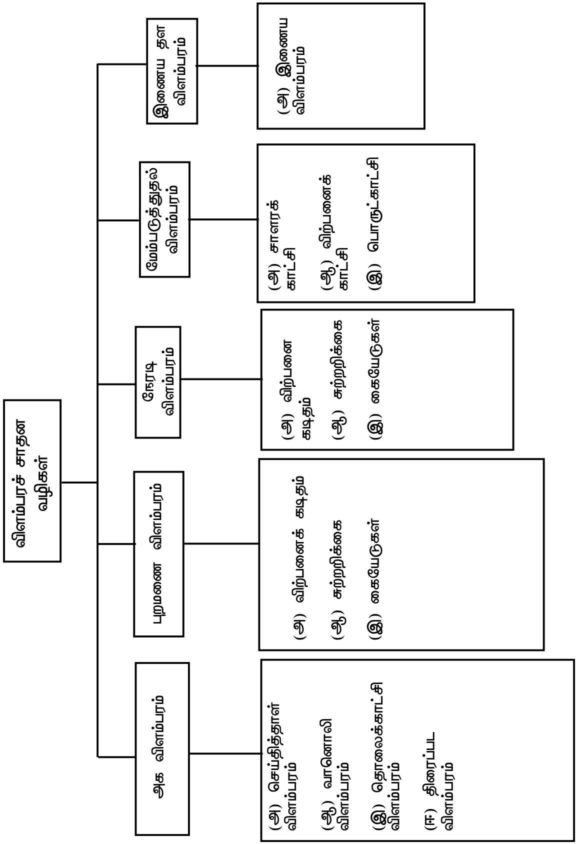
இ)விளம்பரம் விற்பாண்மையாரின் வேலையை எளிதாக்குவதுடன் அவருக்கு ஊக்கத்தையும், நம்பிக்கையையும் ஊட்டுகிறது.

5.சமுதாயத்திற்கு

அ)இதன்மூலம் பேரளவு உற்பத்திக்கு வழிவகுத்து, பல மக்களுக்கு நேர்முகமாகவும், மறைமுகமாகவும் அதிக வேலை வாய்ப்புகளைக் கொடுத்து உதவுகிறது.

ஆ)சந்தையில் பல்வேறு வகையான புதிய பொருட்களை நுகர்வோர்கள் வாங்க விளம்பரம் துணை செய்கிறது.

இ)செய்தித்துறைக்கு அதிக வருமானம் இதன்மூலம் கிடைக்கிறது. இதனால் குறைந்த விலையில் செய்தித்தாள்கள் மக்களுக்குக் கிடைக்கின்றன.



விளம்பரத்தின் குறைபாடுகள்

1.பொருளாதாரம் சார்ந்த குறைபாடுகள்

அ)விளம்பரம் ஓர் ஆக்கபூர்வமான செயல் அன்று. கண்ணுக்குப் புலனாகும் பொருட்களை இது தயாரிப்பது கிடையாது. எனவே இதை வீண்செலவு என்று கூறலாம்.

ஆ)மக்கள் உண்மையிலேயே வாங்க நினைத்திராத பண்டங்களையும் தங்கள் சக்திக்கு மீறி வாங்க வேண்டிய நிர்ப்பந்தத்தை விளம்பரம் உண்டாக்குகிறது.

இ)விளம்பரம் பண்டங்களின் விலையை அதிகப்படுத்துகிறது. விளம்பரச் செலவுகளும் பொருள்கிள்ன விலையில் சேரும்போது நுகர்வோரே அதை ஏற்கவேண்டியுள்ளது.

ஈ)விளம்பரம் முற்றுரிமைக்கு வழி செய்கிறது. நுகர்வோர் ஒரு குறிப்பிட்ட நிறுவனப் பொருளுக்கு அடிமையாகும் நிலையை ஏற்படுத்துகிறது.

2.சமுதாயதம் சார்ந்த குறைபாடுகள்

அ)பெரும்பாலான விளம்பரங்கள் மிகைப்படுத்தப்பட்டதாக இருப்பதால், விளம்பரத்தில் கூறப்பட்ட நன்மைகள் நுகர்வோருக்கு முழுமையாகப் போய் சேருவதில்லை.

ஆ)விளம்பரத்தின் மூலம் பத்திரிகைகளுக்கு அதிக வருமானம் கிடைப்பதால் செய்தித்தாள்கள் பாரபட்சத்துடன் நடந்துகொள்ள வாய்ப்புள்ளது.

3.ஒழுக்கம் சார்ந்த குறைபாடுகள்

அ) மக்களுடைய உடல்நிலையைப் பாதிக்கும் பண்டங்களையும் வாங்கி உபயோகிக்க விளம்பரம் தூண்டுதலாக உள்ளது. (எ.கா.) மது, புகையிலை.

ஆ)குறைந்த வாங்கும் திறன்படைத்த மக்கள் விளம்பரப்படுத்தப்படும் பொருள்களை வாங்க வேண்டும் எனற தீவிர ஆர்வம் கொண்டிருந்தாலும் அவற்றை வாங்கிப் பயன்பெற முடிவதில்லை. ஆதலால் சமுதாயத்தில் ஒரு பகுதி மக்கள் தங்கள் எண்ணத்தை நிறைவேற்ற முடியாமல் ஏமாற்றம் அடைகிறார்கள்.

விளம்பர சாதனங்கள் (Media of Advertising)

விளம்பர சாதனம் என்பது விளம்பரச் செய்தியை நுகர்வோருக்குத் தெரிவிக்கும் ஒரு கருவியாகும். எதிர்பார்க்கப்படும் நோக்கங்கள் நிறைவேற

வேண்டுமானால் சிறந்த விளம்பர சாதனத்தை தேர்ந்தெடுப்பது அவசியம். தவறான அல்லது ஆராயாமல் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட சாதனம் உழைப்பையும் பணத்தையும் வீணாக்கும் வாய்ப்பு உண்டு.

சரியான விளம்பர சாதனத்தைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கு பின்வரும் காரணிகளைக் கருத்தில் கொள்ளவேண்டும்.

1. விளம்பரப்படுத்தப்படும் பொருளின் தன்மைகள்
2. விளம்பரத்திற்கு ஒதுக்கப்படும் நிதி
3. சந்தையின் தன்மை, அதன் பல பிரிவுகள்
4. போட்டியின் அளவு
5. பயன்படுத்தப்படும் விளம்பரச் சாதனம்
6. விளம்பரச் சாதனம் சென்றடையும் மக்கள் தொகை
7. விளம்பரத்தின் அளவு
8. விளம்பரத்திற்கு ஆகும் செலவு
9. பொருளின் தன்மை மற்றும் சந்தையில் அதன் நிலை.

விளம்பர சாதனங்களின் பிரிவு

விளம்பர சாதனங்களை ஐந்து பெரும் பிரிவுகளாக வகைப்படுத்தலாம். அவை

அக விளம்பரம்	–	Indoor Advertising
புறமனை விளம்பரம்	–	Outdoor Advertising
நேரடி விளம்பரம்	–	Direct Advertisting
மேம்படுத்தும் விளம்பரம்	–	Promotional Advertising
இணையதள விளம்பரம்	–	Web Advertising/ Internet Advertising

அக விளம்பரம்

1.அச்சு விளம்பரம் (Press Media)

அ)செய்தித் தாள்கள் (News papers)

ஆ)பருவ இதழ்கள் (Magazines)

2.வானொலி விளம்பரம் (Radio Advertising)

3.தொலைக்காட்சி விளம்பரம் (Television Advertising)

4.திரைப்பட விளம்பரம்(Film Advertising)

அகவிளம்பரம்

விளம்பர தகவல்களை மக்களிடத்தில் அவர்களின் இருப்பிடத்திற்கே கொண்டு செல்வது இவ்வகை அகவிளம்பரமாகும். எடுத்துக்காட்டுகள் செய்தித்தாள், பருவ இதழ்கள், வானொலி, தொலைக்காட்சி, திரைப்பட விளம்பரம் போன்றவைகள் ஆகும்.

1.அச்சு விளம்பரம்

செய்தித்தாள்கள், பருவ இதழ்கள், வியாபாரம் மற்றும் தொழில் நுட்பம் சார்ந்த துறை பருவ இதழ்கள் போன்றவற்றின் மூலம் வெளியிடப்படும் விளம்பரச் செய்திகள் அச்சு விளம்பரம் ஆகும். அச்சு விளம்பரம் செல்வாக்கு நிறைந்த விளம்பர சாதனமாகத் திகழ்கிறது. அச்சு விளம்பரத்தை இரண்டு பிரிவுகளாக வகைப்படுத்தலாம். அவை

அ)செய்தித்தாள்கள்

விளம்பரத்திற்காகச் செய்யப்படும் மொத்தச் செலவில் ஏறத்தாழ அச்சு விளம்பரத்திற்கு அதிகமாகச் செலவழிக்கப்படுகிறது. இந்தியாவில் ஆங்கில மொழியிலும், வட்டார மொழிகளிலும் பல செய்தித்தாள்கள் அச்சிடப்படுகின்றன.
எ.கா. இந்து, டைம்ஸ் ஆப் இந்தியா, தி நியூ இந்தியன் எக்ஸ்பிரஸ், போன்ற ஆங்கில நாளிதழ்கள் தினமணி, தினமலர், தினத்தந்தி, மாலைமுரசு, மாலைமலர் போன்ற தமிழ் நாளிதழ்கள் வெளியிடப்படுகின்றன.

பெரும்பாலான முக்கிய செய்திகளை வெளியிடுவதால் அதிகளவில் மக்கள் செய்தித்தாள்களை தினந்தோறும் வாங்குகிறார்கள். மக்களிடையே பேரளவில் விளம்பரப்படுத்தப்பட வேண்டிய சரக்குகளுக்குச் செய்தித்தாள்கள் மிகவும் பொருத்தமான விளம்பர சாதனமாகும். செய்தித்தாள் விளம்பரம் கவர்ச்சிகரமாகவும், ஈர்ப்பதாகவும் இருத்தல் வேண்டும். விளம்பரச் செய்தி சுருக்கமாகவும், குறிப்பாக உணர்த்தும் ஆற்றல் பெற்றும் இருக்கவேண்டும். கவனத்தை ஈர்க்கும் தலைப்புகள், கவர்ச்சிமிக்கப் படங்கள், உணர்ச்சிகரமான வாசகங்கள் ஆகியவற்றைப் பயன்படுத்தி மக்களை வசப்படுத்தலாம்.

செய்தித்தாள் விளம்பரத்தின் நன்மைகள்

செய்தித்தாள்கள் பெரும்பாலும் நாட்டிலுள்ள எல்லாப் பகுதிகளுக்கும் செல்கிறது. எனவே இதன்மூலம் விளம்பரப்படுத்தப்படும் செய்திகள் பல்வேறு மக்களைச் சென்றடைகிறது.

இதர விளம்பர சாதனத்தைவிட, செய்தித்தாள் விளம்பரம் குறைந்த செலவில் பொதுமக்களுக்குக் கிடைக்கிறது.

தினந்தோறும் செய்தித்தாள்கள் விரைவாக அச்சிடப்பட்டு, அதன் பிரதிகள் எல்லா இடங்களுக்கும் வினியோகிக்கப்படுகின்றன.

இதன் விளம்பரம் நெகிழ்வுத் தன்மை (Flexibility) கொண்டது. விளம்பரதாரரின் வசதிக்கேற்றபடி, இதன் அமைப்பையும், அளவையும் மாற்றிக்கொள்ள முடியும்.

விளம்பரத்தின் செய்திகளைப் படங்களின் மூலமாகவும் விளம்பரப்படுத்தலாம்.

இதில் தினந்தோறும் புதுப்புது விளம்பர செய்திகளை உடனுக்குடன் கொடுத்துக் கொண்டே இருக்கலாம். இதனால் உடனே அதற்குரிய பலன் கிடைக்க வாய்ப்பு இருக்கிறது.

குறைபாடுகள்

தரம் குறைந்த தாள்களில் அச்சடிக்கப்படும் செய்தித்தாள்களின் விளம்பரச் செய்திகள் பொதுவாக தெளிவாகவும், நல்லமுறையிலும் இருப்பதில்லை.

செய்தித்தாள் விளம்பரம் மிகவும் குறுகிய பலன் கொண்டது. இன்றைக்குச் செய்தித்தாள், நாளைக்குக் கழிவுத்தாள் எனச் சொல்வதுண்டு.

விளம்பரச் செய்திகளின் எண்ணிக்கை குறைவாக இருந்தால், செய்தித்தாளின் விளம்பரம் பயனற்றவையாகவே அமையும்.

மேலோட்டமாகச் செய்திகளை வாசிக்கும் நபர்கள் பொதுவாக விளம்பரத்தை வாசிப்பது கிடையாது.

செய்தித்தாள்களில் வண்ண விளம்பரங்கள்தான் மிகவும் பயனுள்ளவையாக உள்ளன. ஆனால் இவ்வகை விளம்பரங்கள் மிகக்குறைவான அளவிலேயே காணப்படுகின்றன.

ஆ.பருவ இதழ்கள் (Magazines)

பருவ இதழ்கள், வாணிக ஏடுகள், தொழில் நுட்ப ஏடுகள் ஆகியவை வார வெளியீடுகளாகவோ, இரு வார, மாத, காலாண்டு வெளியீடுகளாகவோ இருக்கலாம்.

தணிக்கையாளர்கள் (Auditors), நிறுமச் செயலர்கள் (Company Secrataries) ,மருத்துவர்கள் (Doctors) வங்கியர்கள் (Bankers) , ஆசிரியர்கள் (Teachers), வழக்கறிஞர்கள் (Lawyers) போன்ற அலுவலர்களின் தொழில்முறைப் பயனுக்காக வாணிக மற்றும் தொழில்நுட்ப ஏடுகள் வெளியிடப்படுகின்றன. இந்தியாவில் வெளியிடப்படும் பருவ இதழ்களில் மிகவும் பிரபலமான (Popular) இதழ்களாவன இந்தியா டுடே(India Today),

பிசினஸ் இந்தியா (Business India), பிசினஸ் வேர்ல்டு (Business World), ஜென்டில்மென் சொஸைட்டி (Jentlemen Society), தி இல்லஸ்ட்ரேட்டட் வீக்லி ஆப் இந்தியா (Illustrated Weekly of India), ரீடர்ஸ் டைஜஸ்ட் (Readers Digest) போன்றவையாகும். மேலும் வட்டார மொழிகளில் வேறுபல பருவ இதழ்களும் வெளியிடப்படுகின்றன. இதன்மூலம் பொருட்களுக்கும், சேவைகளுக்கும் பலவகையான விளம்பரம் செய்யப்படுகிறது.

பருவஇதழ் விளம்பரத்தின் நன்மைகள்

1.பருவஇதழ்களின் ஆயுள்காலம் அதிகம். அப்பருவத்தில் அதில் உள்ள விளம்பரத்தைப் பலமுறை பார்க்க முடிகிறது.

2.செய்தித்தாள்களைவிட இது மிகவும் தரமாக தயாரிக்கப்பட்டு வெளியிடப்படுகிறது.

3.பலவகைப்பட்ட மக்களுக்கேற்ப விதம் விதமான பருவ இதழ்களை தேர்வு செய்து சரக்கின் இயல்புக்கு உகந்தவாறு தக்க பருவ இதழ் மூலமாக விளம்பரம் செய்யப்படுகிறது.

4.அதிகப் பிரதிகள் அச்சிடப்பட்டு பல்வேறு வகையான மக்களுக்கு இந்த இதழ்கள் வழங்கப்படுகின்றன. எனவே விளம்பரச் செலவு மிகவும் குறைகிறது.

5.இதை வெளியிடுவதன் மூலம் அந்த நிறுவனத்தின் நன்மதிப்பும், பொருட்களின் தரமும் அதிகரிக்கின்றன.

குறைபாடுகள்

1.பருவ இதழ்களின் சில மாற்றங்கள் விரைவான பயனைத் தருவதில்லை.

2.பொதுவாக இந்த இதழ்களைத் தயாரிப்பதற்கான செலவு மிக அதிகமாக இருக்கிறது. எனவே அவற்றின் விலையும் அதிகம்.

3.பருவ இதழ்களின் விளம்பரமும், அவற்றிற்கான சரக்குகளின் வினியோகமும் வெவ்வேறாக உள்ளன.

4.விளம்பரதாரர்கள் உரிய நேரத்தில் விளம்பரம் செய்ய இயலாது.

2.வானொலி விளம்பரம் (Radio Advertising)

வானொலி விளம்பரம் காற்றலைகள் மூலம் மிக வேகமாக விளம்பரத்தை எடுத்துச் செல்லும் சாதனமாகத் திகழ்கிறது. அனைத்து நாடுகளிலும் வர்த்தக விளம்பரங்கள் வானொலி வழியாகச் செய்யப்படுகின்றன.

படித்தவரும், பாமரரும் பெருமளவில் வானொலி விளம்பரத்தைக் கேட்கிறார்கள். மக்கள் பொழுதுபோக்கிற்காக வானொலி நிகழ்ச்சிகளைக் கேட்டு மகிழ்கின்றனர். நாடகங்கள், இசை, பாடல்கள், உரையாடல்கள், பேட்டி போன்ற நிகழ்சிகளிடையே செய்யப்படும் வானொலி விளம்பரம் மக்களைப் பெரிதும் கவர்கிறது. அண்மையில் பெருநகர் மற்றும் புறநகர் பகுதிவாழ் மக்களிடையே பண்பலை (FM) ஒலிபரப்பில் செய்யப்படும் வர்த்தக விளம்பரங்கள் செல்வாக்குப் பெற்று திகழ்கின்றன. டெல்லி, கொல்கத்தா, சென்னை, மும்பை, பெங்களூர் போன்ற நகரங்களிலுள்ள அகில இந்திய வானொலி நிலையங்களின் மூலம் (All India Radio Stations), வர்த்தக விளம்பரங்கள் ஒலிபரப்பப்படுகின்றன.

வானொலி விளம்பரத்தின் நன்மைகள்

1) இது உயிரோட்டமிக்கது. உணர்ச்சிகரமானது மற்றும் இனிமையானது. இது மக்களிடம் நேரிடையாகப் போய்ச் சேருகின்றது. வேறு எந்த முறைகளிலும் இத்தகைய சிறப்புத்தன்மை இல்லை.

2) இது மிகுந்த அளவில் வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்கின்றது. வீட்டிலுள்ள மக்களையும் வானொலி விளம்பரங்கள் போய்ச் சேர்கின்றன.

3) இது மக்களின் கவனத்தைத் தன்பால் ஈர்க்கும் சக்தி உடையது.

4) படிப்பறிவற்ற பாமர மக்களால் வானொலியின் மூலம் ஒலி பரப்பப்படும் வர்த்தக விளம்பரங்களைப் புரிந்து கொள்ள முடிகிறது.

குறைபாடுகள்

1) விரிவான விளம்பரங்களுக்கு வழி இல்லை.

2) வருங்காலத்தில் வானொலிக்குக் கிடைக்கும் விளம்பரம் பற்றாக்குறையாகவே இருக்கும்.

3) படங்கள் மூலம் விளம்பரப்படுத்த இயலாமை.

4) நேரத்திற்கும், திறமைக்கும் அதிக ஊதியம் அளிக்க வேண்டிய நிலைமை உருவாகுதல்.

5) வானொலி விளம்பரங்கள் குறைந்த நேரமே ஒலிபரப்பப்படுவதால் மக்கள் அவற்றை எளிதில் மறந்து போகும் நிலைமை.

6) அடிக்கடி விளம்பரப்படுத்துவதால் மக்களின் ஆர்வம் குறைதல்.

7) எல்லாவகைப் பொருட்களின் விளம்பரத்திற்கும் வானொலி பொருத்தமானதாக அமையாதிருத்தல்.

8) வாடிக்கையாளர்களின் தன்மையைக் கணிக்க முடியாமை.

9) நேரடிச் செயல் விளக்க முறைகளுக்கு வழி இல்லை.

10) ஆராய்ச்சி பற்றியக் கருத்துக்களுக்கு வழி இல்லை.

தொலைக்காட்சி விளம்பரம் (Television Advertising)

தொலைக்காட்சி நவீன காலத்திய அக விளம்பரச் செய்தித் தொடர்பு சாதனமாகும். இது ஒரு ஒலி, ஒளிச்சாதனம் மக்கள் வீட்டில் ஓய்வாக இருக்கும்போது தொலைக்காட்சி மூலம் விளம்பரம் அவர்களைச் சென்று அடைகிறது. ஒரு பண்டத்திற்கான விளம்பரத்தை இன்று உலகம் முழுவதும் எடுத்துச் செல்லும் சாதனமாகத் தொலைகாட்சி செயல்படுகிறது.

நன்மைகள்

1.தொலைக்காட்சி விளம்பரம் காதுக்கும் கண்ணுக்கும் ஒருங்கே விருந்தளிக்கிறது. இது ஒரு ஒலி, ஒளி விளம்பர சாதனமாகும்.

2.வானொலி விளம்பரத்தில் காணப்படும் அனைத்துப் பயன்களையும் இது பெற்றிருக்கிறது.

3.வானொலி விளம்பரத்தின் முக்கியக் குறைபாடான படங்கள் மூலம் விளம்பரப்படுத்த இயலாமையை இந்த விளம்பரம் நீக்குகிறது.

4.வண்ண விளம்பரக் காட்சிகள்(Colour Advertisements) மூலம் மக்களின் கவனத்தைத் தன்பால் ஈர்க்கும் சக்தி உடையது இது.

5.இதன் விளம்பரக் காட்சிகளின் மூலம், பொருட்களைக் காட்டி அவற்றிற்கான நேரடிச் செயல் விளக்கமுறைகளையும் வழிகளையும் காட்ட முடிகிறது.

குறைபாடுகள்

1.தொலைக்காட்சியில் விளம்பரம் செய்ய அதிக செலவாகும். சில நேரங்களில் விளம்பரம் மிகைப்படுத்தப்பட்டுள்ளது.

2.தொலைக்காட்சி ஓர் ஆடம்பரப் பொருளாகக் கருதப்படும் நாடுகளில், பணவசதி படைத்தவர்கள் மட்டுமே தொலைக்காட்சி விளம்பரத்தைக் காணமுடியும்.

3.ஒரு சில சமயங்களில் விளம்பரம் தொலைக்காட்சியில் கவர்ச்சியாகவும், உற்சாக மூட்டுவதாகவும் அமையும்போது, விளம்பரப்படுத்தப்படும் பொருளைப்

பற்றிய சிந்தனை மக்கள் மனதில் ஆழமாகப் பதியாமல் அவர்களின் கவனம் அதன் கவர்ச்சியிலேயே கரைந்து போய்விடுகிறது.

4.திரைப்பட விளம்பரம் (Film Advertising)

இதுவும் ஓர் ஒலி, ஒளி விளம்பரச் சாதனமாகும். திரை அரங்குகளில் இவ்வகை விளம்பரங்கள் காண்பிக்கப்படுகின்றன. அதிக மக்கள் கூடும் திரையரங்குகளில் விளம்பரத் தகவல் காட்டப்படுகிறது. வர்த்தக ரீதியான விளம்பரங்களை, திரைப்படம் ஆரம்பிக்கும் முன்னரும், இடைவேளை நேரத்திலும் காட்டுகிறார்கள்.

நன்மைகள்

1.இவ்வகை விளம்பரம் ஏழை, நடுத்தர வர்க்கத்தினர், பணக்காரர்ஆகிய அனைத்து வகை மக்களுக்கும் விளம்பர தகவல்களைத் தருகிறது.
2.இது சரக்கின் தோற்றத்தையும், தன்மையையும் எடுத்துக் காட்டுகிறது. மேலும் சரக்கின் நேரடி செயல் விளக்க முறைகளுக்கான வழிகளையும் தெளிவாக எடுத்துக் காட்டுகிறது. இதைக் காண்போர் தம் உள்ளங்களில் இதுபற்றிய செய்திகளை ஆழமாகப் பதிய வைத்துக்கொள்ள முடிகிறது.
3.மக்களின் கவனத்தை வேறு எங்கும் சிதறவிடாமல், தன்னகத்தே இந்த விளம்பரம் ஈர்க்கிறது.

குறைபாடுகள்

1.திரைப்பட சாதனம் ஒரு செலவுமிக்க சாதனையாகும். இதைத் தயாரிக்க ஆகும் செலவு மிகவும் அதிகம்.

2.திரைப்படங்களைத் தடை செய்யும் திரைப்படத் தணிக்கையாளர்கள் இருக்கிறார்.(Censoring of Films - Restrictions)

3.பெரும்பாலான மக்கள் திரைப்படங்களை பார்க்கச் செல்வது கிடையாது.

4.திரைப்படங்களைத் திரையிட வேண்டுமாயன், திரைப்படத் திரையரங்கு உரிமையாளர்களின் ஒத்துழைப்பு மிகவும் இன்றியமையாதது.

5.அதிக விளம்பரங்கள் திரைப்படம் பார்ப்பவர்களை எரிச்சல் அடையச் செய்கிறது.

6.விளம்பரத்தில் செய்தியை திரும்ப திரும்பப் பார்ப்பது கடினம்.

புறமனை விளம்பர சாதனம்(Outdoor Advertising Media)

மக்கள் தங்கள் வீட்டை விட்டு வெளியே செல்லும் நேரங்களில்

அவர்களுக்கு விளம்பரத் தகவல்கள் தரும் சாதனங்களைப் புறமனை விளம்பர சாதனம் என்கிறோம். பின்வருவன புறமனை விளம்பர சாதனங்களின் வகைகளாகும்.

அ)சுவரொட்டி விளம்பரம் (Poster Advertising)

இது பொதுவாக எல்லோரும் பயன்படுத்தும் ஒரு விளம்பரச் சாதனம் ஆகும். சுவரொட்டி என்பது விளம்பரத் தகவல்கள் தரும் காகிதத்தாள் ஆகும். சுவரொட்டிகள் பல வண்ண களில் சுருக்கமாக அச்சிடப்படுகின்றன. திரைப்படம் காட்டுபவர்களும், அரசியல் கட்சிகளும் சுவரொட்டிகளை விளம்பரச் சாதனமான அதிகம் பயன்படுத்துகின்றனர். விளம்பரதாரர்கள் முக்கிய இடங்களில் சுவரொட்டியை ஒட்டி, காண்பவர் கவனத்தை ஈர்த்து விளம்பரத் தகவலைத் தருகிறார்கள்.

ஆ)வாகன விளம்பரம் (Vehicle Advertising)

இவ்வகையான விளம்பரம், பேருந்து மற்றும் இயரில் போன்ற வாகனங்களின் உள்ளும், புறமும் வெளியிடப்படுகின்றன. இவ்வகையான ஊர்திகளில் செய்யப்படும் விளம்பரமே வாகன விளம்பரம் என அழைக்கப்படுகிறது.

இ)வர்ணம் தீட்டிய விளம்பரம் (Painted Display)

கலை நுணுக்கத்தோடு வர்ணம் தீட்டப்பட்டு தூரத்தில் இருந்தே கண்டு கொள்ளும்வண்ணம் அமைக்கப்படும் விளம்பரம் வர்ணம் தீட்டிய விளம்பரம் என அழைக்கப்படுகிறது. நகரின் முக்கிய இடங்களில் இவ்வகையான விளம்பரக் கம்பங்கள் நிறுத்தப்படுகின்றன. சாலையில் நடந்து செல்பவர்களைக் கவர்ந்து திறம்பட விளம்பரத் தகவல்கள் சேருவதற்கு இவ்வகை விளம்பரங்கள் உதவுகின்றன.

ஈ)மின்விளக்கு விளம்பரம்(Electric Display)

பெரிய நகரங்களில் மின் விளக்கு விளம்பரம் அலங்கரிக்கப்பட்ட கவர்ச்சிகரமான சாதனமாக பயன்படுத்தப்படுகிறது. பொறியாளர்கள் மின்சாரத்தைப் பயன்படுத்தி வண்ண விளக்குகள் மூலம் மின் குழல் குறிகளை (Neon - Signs)அழகாக அமைக்கிறார்கள். இவ்வகை விளம்பரங்கள் விளம்பரத்திற்கு ஏற்றதாகவும், நேர்த்தியாகவும் விளங்குகீன்றன.

உ)வான்வெளி விளம்பரம் (Sky Advertising)

பெரிய பட்டங்கள், பலூன்கள் (Kites and Balloons) ஆகியவற்றில் விளம்பரத் தகவல்களை எழுதிப் பறக்க விடுவது வான்வெளி விளம்பரம்

எனப்படுகிறது. இவ்வகை விளம்பரத்தை வெகுதூரத்திலிருந்தே நாம் காணமுடியும். மக்கள் வான்வெளி விளம்பரத் தகவல்களை ஆவலாகப் படித்துத் தெரிந்து கொள்கின்றனர்.

ஊ) துண்டுப் பிரசுரங்கள் விளம்பரம் (Hand Bills)

துண்டுப் பிரசுரங்கள் பொதுவாக சிறு வியாபாரிகளுக்கு உகந்ததொரு விளம்பர வழியாகும். விளம்பத் தகவல்கள் அடங்கிய அச்சிடப்பட்ட துண்டுத்தாள் பிரசுங்கள் (Printed Leaflets) மக்களிடையே வினியோகிக்கப்படுகின்றன. இது ஒரு மலிவான விளம்பரச் சாதனமாகும்.

புறமனை விளம்பரத்தின் நன்மைகள் (Merits of outdoor Advertising)

1) புறமனை விளம்பரம் ஓரிரு நிமிடங்களில் படித்து முடிக்கும் வண்ணம் சுருக்கமாகவும், வண்ணம் தீட்டடிய விளம்பரமாகவும் இருப்பதாலும் போக்குவரத்து நெரிசல்மிக்க சாலையில் செல்லும் மக்களின் கவனத்தைத் தொலைவிலிருந்து ஈர்க்கும் திறன்படைத்த சாதனமான விளங்குகின்றன. இது எல்லோராலும் தேர்வு செய்யப்பட்டுப் பயன்படுத்தப்படுகின்ற ஒரு விளம்பர சாதனமாகும். உள்ளூரிலும், மாநில அளவிலும், தேசிய அளவிலும் இவ்வகை விளம்பரம் பயன்படுத்தப்படுகிறது. இவ்வகை விளம்பரம் நெகிழ்வுத் தன்மை கொண்டது.

2) கூரை உச்சிகளிலும், சாலைச் சந்திப்புகளிலும் நன்கு பார்வையாக இருக்கும்வண்ணம் உயரமாகப் பொருத்தப்படும் வண்ண விளம்பர பலகைகளான நிலைத்தட்டிகளின் விளம்பரம் நீண்ட நாட்கள் காணப்படுகின்றது.

3) நிறுவனத்தின் வியாபாரக்குறி (Brand) மற்றும் கட்டுமக் குறியீடு பற்றித் தெளிவாக எடுத்துக் கூறும் ஒரு சிறந்த நல்ல விளம்பர சாதனமாகும்.

4) இந்த விளம்பரங்கள் அதிகமான மக்களைப் பெருமளவு வசப்படுத்துகின்றன.

5) இவை மலிவான விளம்பர சாதனங்களாகும்.

குறைபாடுகள்

1) இதன் விளம்பரம் சுருக்கமாக இருத்தல் வேண்டும். எனவே இந்த வகையான விளம்பரம் மூலம் விரிவான விளக்கங்களைப் பெறமுடியாது.

2) துண்டுப் பிரசுரங்கள் விளம்பரத்தினால் நிறுவனத்தின் மதிப்பில் குறைவு ஏற்படுகிறது. (Low Prestige)

3) எந்த அளவிற்கு இதன்மூலம் விளம்பரம் பயன் பெற்றுள்ளது என்பதைமதிப்பீடு செய்வது மிகவும் சிக்கலான ஒன்றாகும்.

4) ஏனைய வகை விளம்பரங்களுக்கு இதை ஒரு துணை விளம்பரமாக மட்டுமே பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு புதிய பொருளை அல்லது ஒரு திட்டத்தைச் சந்தையில் புதிதாக அறிமுகப்படுத்த இந்த விளம்பரம் பயன்படாது. ஏற்கனவே சந்தையில் உள்ள பொருட்களுக்கு மட்டுமே இவ்வகை விளம்பரம் மூலம் மக்களுக்கு விளம்பரப்படுத்த முடியும்.

நேரடி விளம்பரம் (அல்லது) நேரடி கடித விளம்பரம் (Direct Advertising or Direct Mail)

வாடிக்கையர் எனக் கருதப்படுபவர்களுக்கு விளம்பரத் தகவல்களை நேரடியாக அவர்கள் வீட்டிற்கே அனுப்பி வைப்பது நேரடி விளம்பரம் எனப்படும். நேரடி விளம்பரத்தின் மூலம் வாடிக்கையாளர்களோடு நெருங்கிய தொடர்பு கொள்ள முடியும். இவ்வகை விளம்பரம் அச்சிடப்பட்ட காகிதங்களில் மூலம் விளம்பரத் தகவல்களை நேரடியாக வழங்குகிறது.

விளம்பர நகல்கள் தயார் செய்யப்பட்டு வாடிக்கையாளர்களுக்கு நேரடியாக அனுப்பப்படுகிறது (எடுத்துக் காட்டுகள்)

அ) விற்பனைக் கடிதம் (Sales Letter) – (உ.ம.) தட்டச்சுச் செய்யப்பட்ட நகல்கள். அச்சிடப்பட்ட நகல்கள்

ஆ) கடிதஉறைகள் கொண்ட ஆவணங்கள் (Envelope Enclosures) – சுற்றறிக்கை (Circulars) மடிப்புகள் (ஒரு மடிப்பு கொண்ட தாள் உறை) (Folders) மென்பொருள் அடங்கிய பை (Stuffers)

இ) கையேடுகள் (Booklets) பரிசு (Gifts), நவீன புதுமைப் பொருள்கள் (Novelties), பட்டியல்கள் (Catalogues) முதலியன.

நேரடி விளம்பரத்தின் நன்மைகள்

1) சுற்றறிக்கை மூலம், விற்பனையாளர் பொருள்களை வாங்கக்கூடியவர்களை நேரடியாகச் சந்திப்பதற்கு முன் கடித வழி மூலம் அறிமுகம் செய்துகொள்ள வழி செய்யப்படுகிறது.

2) பல சூழ்நிலைகளுக்கு ஏற்றபடி விளம்பரச் செய்திகளை மாற்றியமைக்க முடியும்.

3) விளம்பரதாரரின் விருப்பத்திற்கு ஏற்ப, சரியான நேரத்தில் விளம்பரம் தர முடியும்.

4) ஏனைய விளம்பரத்தை ஒப்பிடும்பொழுது, இவ்வகை விளம்பரம் மிகவும் மலிவானது.

5) குறுகிய காலத்தில் இந்த முகவரிப்பட்டியலை தயாரித்தல் என்பது முடியாத செயல்.

6) அஞ்சல்மூலம் அனுப்பப்படும் கடிதங்கள் அதிகமாக திருப்பி அனுப்பப்படுகின்றன.

7) மற்ற விளம்பரங்களைவிட இது தலைச்சிறந்தது என்று நிரூபிக்க முடிய வில்லை.

8) இதன்மூலம் வாடிக்கையாளர் தொடர்பைப் புதிதாக மேலும் உருவாக்கவும், மேம்படுத்தவும் முடியும்.

குறைபாடுகள்

1) அச்சுக் கட்டணமும், அஞ்சல் கட்டணமும் அதிகமாக இருப்பதால், இது மலிவான விளம்பரம் அல்ல.

2) இதன்படி முகவரிப் பட்டியலைத் தயாரிப்பது (Mailing List) என்பது எளிதல்ல.

3) தயாரிப்புப் பொருட்களுக்கு (Industrial Goods) மட்டுமே இவ்வகை விளம்பரம் பொருத்தமானது. ஆனால் இந்தப் பொருட்களுக்கு வாடிக்கையாளர்கள் மிகக்குறைவு.

4) மேம்படுத்தும் விளம்பரம் (Promotional Advertising) (அல்லது)கொள்முதல் மைய விளம்பரம் (Point of Purchase Advertising)

5) இது மற்றொரு சக்தி வாய்ந்த விளம்பர சாதனமாகும். இது ஒரு நேரடி விளம்பரம் ஆகும். இந்த விளம்பர முறையானது தயாரிப்பாளரால் நேரடியாகவோ அல்லது விற்பனையாளர் மூலமாகவோ கையாளப்படுகிறது. பல்வேறு வடிவத்தில் இவ்வகை விளம்பரம் செய்யப்படுகிறது. பொதுவாக இதை அலங்கரிக்கப்பட்ட கடை (Store Display) என்றும் அழைக்கிறார்கள். கீழ்க்கண்ட முறைகளில் இது விளம்பரம் செய்யப்படுகிறது.

அ)சாளரக் காட்சி **(Window Display)**

அழகாக அலங்கரிக்கப்பட்ட சாளரங்களில் பண்டங்களை வைத்து

விளம்பரம் செய்யப்படுவதைச் சாளரக்காட்சி என்கிறோம். கடைகளின் முன்புறம் அல்லது புகை வண்டி நிலையம், திரை அரங்கம் போன்ற மக்கள் கூடும் முக்கிய மையங்களில் சாளரக்காட்சி அமைக்கப்பட்டு விளம்பரத் தகவல் தரப்படுகிறது. கண்கவர் வண்ணத்தில் சரியான விதத்தில் ஒளியூட்டப்பட்ட சாளரக்காட்சி விளம்பரம், மக்களைத் தன்பக்கம் கவர்ந்து இழுக்கிறது. பருவந்தோறும் சாளரக் காட்சியில் உள்ள பொருள்கள் மாற்றப்படுகின்றன. புதிய பொருள்கள் சந்தையில் அறிமுகம் ஆகும்போது அவை சாளரக் காட்சியில் வைக்கப்படுகின்றன. சிக்கனமாக அதே நேரத்தில் சிறப்பான ஒரு விளம்பர சாதனமாக சாளரக் காட்சியில் வைக்கப்படுகின்றன. சிக்கனமான அதே நேரத்தில் சிறப்பான ஒரு விளம்பர சாதனமாக சாளரக் காட்சி திகழ்கிறது.

ஆ)விற்பனைக் காட்சியகம் **(Show Room)**

நுகர்வோர்கள் தாங்கள் வாங்க நினைக்கும் பண்டங்களை ஆய்வு செய்து தேர்ந்தெடுப்பதற்கு விற்பனைக் காட்சியகம் வழிவகை செய்கிறது. காட்சியகத்தில் பலவகைப் பொருள்கள் பற்றிய தகவல்களைத் தந்து விற்பாண்மையர் அங்கு உதவி புரிகின்றனர். நன்றாக வடிவமைக்கப்பட்ட காட்சியகம் நுகர்வோர் உள்ளத்தில் ஆர்வத்தைத் தூண்டுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக, ஆடை உற்பத்தி ஆலைகள், அறைகலன், தொலைக்காட்சி, கடிகாரங்கள் ஆகியவற்றை உற்பத்தி செய்யும் நிறுவனங்கள் தங்களுக்கென்று விற்பனைக் காட்சியகத்தைப் பெரிய நகரங்களில் ஏற்படுத்துகிறார்கள்.

இ)பொருட்காட்சி**(Exhibition)**

தயாரிப்பாளர்கள் தங்கள் பொருட்களை விளம்பரப்படுத்த நடத்தும் வர்த்தகக் கண்காட்சி பொருட்காட்சி என அழைக்கப்படுகிறது. தற்காலத்தில் பொருட்காட்சிகள் மிகவும் பிரபலமாகத் திகழ்கின்றன. வர்த்தகக் கண்காட்சியில் பல்வேறு உற்பத்தியாளர்களும் தங்களுக்கென்று முன்பதிவு செய்து கடைகளை நிறுவி பண்டங்கள் விற்பதில் போட்டியிட்டு விற்பனையை மேம்படுத்தும் பணியில் ஈடுபடுகிறார்கள். உள்ளூர் அளவிலும், தேசிய அளவிலும், உலகளவிலும் பொருட்காட்சிகள் நடத்தப்படுகின்றன.

இணைய தள விளம்பரம் **(INTERNET ADVERTISING)**

1994ம் ஆண்டின் அக்டோபர் மாதத்திய ஹாட்வையர்ட் இணைய தளத்தின் (Hotwired Website) பதிப்பில் (Edition)முதல் இணைய தளத்தின் விளம்பரம் வெளியானது. இணையத்தை உபயோகிக்கும் மக்களால்தான் (Internet users)இணைய தள விளம்பரத்தில் பங்கு பெறமுடியும்.

இணையமானது நுகர்வோரை நேரிடையாக விளம்பரதாரர்களிடம், பலமுறை நேரடித் தொடர்பு கொண்டு செயல்பட வைக்கின்றது(Interaction).

இணையதள விளம்பரமானது இணையத்தின் (Internet) மூலம் செய்திக் குறிப்புகளைப் பரவச்செய்து, வாங்குபவர் விற்பவர்களின் நடவடிக்கையை வலிலமைப்படுத்த முயற்சி செய்கிறது.

இணைய தளத்தின் மூலம் எவரும் விளம்பரம் செய்யலாம். ஓர்இணைப்பின் மூலம் விரைவு பயனாளர் (User) கணினியிலுள்ள விசைப் பலகையின் (Key Board) பொத்தானை (Mouse) அழுத்தினால் (Click) அவருக்குத் தேவையான விரிவான தகவல்களை (Detailed information) அவர் உடனே பெற்றுக் கொள்ளலாம். இது அவர்களுக்கு உடனே விளம்பரதாரரின் இணைய தளத்திற்கோ அல்லது அவரவர் வீட்டிலுள்ள இணையதளத்தின் தொடக்க பக்கத்திற்கோ (Home page of Website) இணைப்பை ஏற்படுத்திக் கொடுக்கும். இதன் மூலம் பொருளை வாங்கவோ அல்லது அதைப் பற்றிய விவரங்களை அறிந்து கொள்ளவோ முடியும்

வேகமாக வளர்ந்து வரும் வர்த்தக விளம்பரங்களுக்கு இணையதளம் இன்றியமையாத ஒன்றாகிவிட்டது. இதற்கு இரண்டு காரணங்கள் உள்ளன.

1) விளம்பரத்தின் மூலம் தேவையான விபரங்கள் அறியப்படுகின்றன.

2) விளம்பரங்கள் நல்ல வருவாயை ஈட்ட உதவுகின்றன.

இணையதள விளம்பரத்தினால் ஏற்படும் நன்மைகள்

1) உலகம் முழுவதிலும் உள்ள பொருட்களை வாங்கும் வசதி படைத்த ஏராளமானவர்களை விளம்பரங்கள் சென்று அடைகின்றன.

2) இணைய தளங்கள் மூலம் செய்யப்படும் விளம்பரங்கள் ஒருநாளின் 24 மணி நேரமும் வருடத்தின் 365 நாட்களும் செயல்படுகின்றன. வாங்குபவர்கள் எந்த இடத்தில் வசித்தாலும் அனைவருக்கும் ஒரே விலைதான் நிர்ணயம் செய்யப்படுகிறது.

3) ஒருவருக்கு ஒருவர் நேரடியாக சந்தையில் கொள்முதல் செய்யும் வசதி உண்டு.

4) இணையதளங்கள் மூலம் செய்யப்படும் விளம்பரங்கள் தமக்குள் உள் செயல்பாடுகள் (Internet) கொண்டு, தனிப்பட்டக்குழுவின் அல்லது தனிநபரின் குறிக்கோளை (Target) அடைய வழி வகுக்கிறது.

5) விளம்பரங்களை அன்றாட நிலவரப்படி, குறைத்தோ கூட்டியோ எந்த நேரமும் குறைந்த செலவில் மாற்றலாம்.

6) பலவகைப்பட்ட சாதனங்கள் மூலம் கவர்ச்சிகரமான விளம்பரங்கள் செய்யலாம்.

7) செய்திகள், ஒலி,வரைபடங்கள்,படங்கள் இவற்றை விளம்பரங்கள் திறமையுடன் பயன்படுத்துகின்றன.

8) அவை புதிய பொருட்களையும் அல்லது தற்போது உபயோகப்படுத்தும் பொருட்களுக்கு மாற்றுப் பொருட்களையும் அறிமுகம் செய்கின்றன.

9) பொருட்களின் குறிப்பிட்ட வகைகளைப் பற்றிய விழிப்புணர்வை அவை ஏற்படுத்துகின்றன.

குறைபாடுகள்

1) பலதரப்பட்ட மக்களும் விளம்பரங்களை எளிதாகப் புரிந்து கொள்ளமுடிவதில்லை.

2) இணைய தளத்ததை உபயோகிப்பவர்கள் மிகச் சிலரே ஆவர்.

3) பெரும்பாலும் விளம்பரச் செலவு மிகவும் அதிகமாகவே உள்ளது.

வினாக்கள்

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு

1.உடல்நலத்திற்கு கேடு விளைவிக்கும் பொருள்களையும் வாங்குவதற்கு விளம்பரம் மக்களைத் தூண்டுகிறது.

அ) சமுதாயம் சார்ந்த குறைபாடு ஆ) ஒழுக்கம் சார்ந்த குறைபாடு

இ) வரலாறு சார்ந்த குறைபாடு ஈ)பொருளாதாரம் சார்ந்த குறைபாடு

2.மின்விளக்கு விளம்பரம் என்பது

அ)புறமனை விளம்பரம் ஆ)இணையதள விளம்பரம்

இ)அரசு விளம்பரம் ஈ)நேரடி விளம்பரம்

3.உலகம் முழுவதிலும் உள்ள, வாங்குவதற்கு வசதி படைத்த ஏராளமானவர்களை இவ்வகை விளம்பரங்கள் சென்று அடைகின்றன.

அ)விற்பனை காட்சியக விளம்பரம் ஆ)வான்வெளி விளம்பரம்

இ)இணையதள விளம்பரம் ஈ)வர்ணம் தீட்டிய விளம்பரம்

4)இது ஒரு ஒலி,ஒளி விளம்பரச் சாதனமாகும்.

அ)வானொலி ஆ)திரைப்படம்

இ)சுவரொட்டி (ஈ)மின்விளக்கு விளம்பரம்

5)படித்தவரும், பாமரரும் பெருமளவில் இந்த விளம்பரத்தை கேட்கிறார்கள்

அ)இணையதள விளம்பரம் ஆ)செய்தித்தாள் விளம்பரம்

இ)வான்வெளி விளம்பரம் ஈ)வானொலி விளம்பரம்

விடைகள் 1) ஆ 2) அ 3) இ 4) ஆ 5) ஈ

II. கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக

1) ஒரு ....சந்தையிடுகையில் அதன் விற்பனையை மேம்படுத்தும் ஒரு நடவடிக்கையே விளம்பரம் ஆகும்.

2)விளம்பரம் என்ற சொல் இரண்டு..................சொற்களிலிருந்து வந்தது.

3)ஒரு பண்டத்திற்கு............உருவாக்கத் தூண்டும் ஆள்சாரா நடவடிக்கையே விளம்பரம் எனப்படும்.

4)................பொருட்களின் விருப்பத்தை உண்டாக்குவது விளம்பரத்தின் நோக்கமாகும்.

5)உற்பத்திச் செலவை..........பேரளவு உற்பத்தி வழிவகை செய்கிறது. இதன்மூலம் லாபம் அதிகரிக்கின்றது.

6)சமீபகால நவீன விளம்பரங்கள் உயர்ந்த..............சாதனமாக விளங்குகிறது.

7)விளம்பர சாதனம் என்பது விளம்பரச் செய்தியை நுகர்வோருக்குத் தெரிவிக்கும் ஒரு.................ஆகும்.

8)................செல்வாக்கு நிறைந்த விளம்பர சாதனமாகத் திகழ்கிறது.

9)செய்தித்தாள் விளம்பரம் கவர்ச்சியாகவும்,............இருத்தல் வேண்டும்.

10)செய்தித்தாள்களில்....................விளம்பரங்கள்தான் மிகவும் பயனுள்ளவையாக உள்ளது.

11)தணிக்கையாளர் அலுவல்களிலன் தொழில்முறைப் பயனுக்காக வாணிக மற்றும் தொழில்நுட்ப.........வெளியிடப்படுகின்றன.

12)மேலும்.................குழந்தைகளுக்காகவும் தனி இதழ்கள் வெளியிடப்படுகின்றன.

13)வானொலி விளம்பரம் காற்றலைகள் மூலம்..............விளம்பரத்தை எடுத்துச் செல்லும்.

14)தொலைக்காட்சி நவீன காலத்திய..................விளம்பரச் செய்தித் தொடர்பு சாதனமாகும்.

15)தொலைக்காட்சி விளம்பரம்..............., கண்ணுக்கும் ஒரு கே விருந்தளிக்கிறது.

16)விளம்பரதாரர்கள் முக்கிய இடங்களில்................ஒட்டி, காண்பவர் கவனத்தை ஈர்த்து விளம்பரத் தகவலைத் தருகிறார்கள்.

17)இவ்வகையான ஊர்ந்து செல்லும் விளம்பரமே..................விளம்பரம் என அழைக்கப்படுகிறது.

18)இணைய விளம்பரத்திற்கு................செயல்படுத்தும் நபர்கள் தேவைப்படுகிறது.

19)விளம்பரங்கள் நல்ல.........ஈட்ட உதவுகின்றன.

20)தயாரிப்பாளர்கள் தங்கள் பொருட்களை விளம்பரப்படுத்த நடத்தும் வர்த்தகக் கண்காட்சியை .... என அழைக்கப்படுகிறது.

விடைகள்

1) பொருளை	11) ஏடுகள்
2) இலத்தீன்	12) பெண்களுக்காகவும்
3) தேவையை	13) வேகமாக
4) நுகர்வோர்களுக்கு	14) அக
5) குறைப்பதற்கு	15) செவிக்கும்
6) தகவல்தரும்	16) சுவரொட்டியை
7) கருவி	17) வாகன
8) அச்சு விளம்பரம்	18) இணையம்
9) மயக்குவதாகவும்	19) வருவாயை
10) வண்ண	20) பொருட்காட்சி

III. பொருத்துக

1. நேரடி விளம்பரம்	–	அ) ரீடர்ஸ் டைஜஸ்ட்
2. பருவ இதழ்கள்	–	ஆ) பட்டங்கள்
3. வாகன விளம்பரம்	–	இ) அச்சிடப்பட்ட துண்டுத்தாள் பிரசுரங்கள்
4. வான்வெளி விளம்பரம்	–	இ) அலங்கரிக்கப்பட்ட கடை
5. துண்டு பிரசுரங்கள்	–	உ) பேருந்தின் உள்ளும், புறமும்
		ஊ) சுற்றறிக்கை

விடைகள்

1) ஊ 2) அ 3) உ 4) ஆ 5) இ

IV. குறு வினாக்கள்

1) விளம்பரம் என்றால் என்ன?

2) விளம்பரத்திற்கு வரைவிலக்கணம் தருக.

3) விளம்பரத்தினால் நுகர்வோர்களுக்கு ஏற்படும் ஏதாவது இரண்டு நன்மைகளை எழுதுக.

4) விளம்பரத்திற்கு சமுதாயம் சார்ந்த எதிர்ப்புகள் யாவை?

5) விளம்பரத்தின் நான்கு பெரும் பிரிவுகள் யாவை?

6) செய்தித்தாள் விளம்பரத்தின் இரண்டு குறைபாடுகளைக் கூறுக.

7) அச்சு விளம்பரம் என்றால் என்ன?

8) செய்தித் தாள் விளம்பரம் என்றால் என்ன?

9) பருவ இதழ் விளம்பரம் என்றால் என்ன?

10)வானொலி விளம்பரம் என்றால் என்ன?

11)வானொலி விளம்பரம் என்றால் என்ன?

12)தொலைக்காட்சி விளம்பரம் என்றால் என்ன?

13)திரைப்பட விளம்பரம் என்றால் என்ன?

14)புறமனை விளம்பரம் என்றால் என்ன?

15)சுவரொட்டி என்றால் என்ன?

16)வர்ணம் தீட்டிய விளம்பரம் – விளக்குக.

17)மின்விளக்கு விளம்பரம் என்றால் என்ன?

18)வான்வெளி விளம்பரம் என்றால் என்ன?

19)துண்டு பிரசுரங்கள் – பொருள் தருக.

20)நேரடி விளம்பரம் என்றால் என்ன?

21)மேம்படுத்தும் விளம்பரம் என்றால் என்ன?

22)சாளரக் காட்சி என்றால் என்ன?

23)விற்பனைக் காட்சியகம் என்றால் என்ன?

24)பொருட்காட்சி என்றால் என்ன?

25)இணையதள விளம்பரம் என்றால் என்ன?

V. பெருவினாக்கள்

ஒருபக்க அளவில் விடையளி

1.விளம்பரத்தின் நோக்கங்கள் யாவை?

2.உற்பத்தியாளர்களுக்கும், விற்பாண்மையருக்கும், நுகர்வோர்களுக்கும் விளம்பரம் எவ்வாறு உதவுகிறது?

3.விளம்பரத்தின் குறைபாடுகள் யாவை?

4.விளம்பர சாதனம் என்றால் என்ன? விளம்பர சாதனத்தைத் தேர்ந்தெடுக்க என்னென்ன காரணிகளைக் கருத்தில் கொள்ளவேண்டும்?

5.பருவஇதழ் விளம்பரத்தின் நன்மைகள், குறைபாடுகள் யாவை?

6.வானொலி விளம்பரம் என்றால் என்ன? அவற்றின் நன்மைகள், குறைபாடுகள் யாவை?

7.தொலைக்காட்சி விளம்பரம் என்றால் என்ன? அவற்றின் நன்மைகள், குறைபாடுகள் யாவை?

8.திரைப்பட விளம்பரம் என்றால் என்ன? அவற்றின் நன்மைகள், குறைபாடுகள் யாவை?

9.நேரடி விளம்பரம் என்றால் என்ன? அவற்றின் நன்மைகள், குறைபாடுகள் யாவை?

10.மேம்படுத்தும் விளம்பரம் – ஒரு பக்க அளவில் விளக்குக.

VI. கட்டுரை வினாக்கள்

1. விளம்பரத்தின் நன்மைகள், குறைபாடுகள் யாவை?

2. புறமனை விளம்பரத்தின் வகைகளை விளக்குக. அவற்றின் நன்மைகள், குறைபாடுகள் யாவை?

3)இணையதள விளம்பரம் விளக்குக.

4)பல்வேறு வகையான விளம்பரச் சாதனங்களை விவரி.

பாடம் – 10

விற்பாண்மை மற்றும் நுகர்வோரியல்

முன்னுரை

விற்பாண்மை என்பது சந்தையிடுதலின் பணிகளில் ஒன்றாகும். இது பொருட்களைப் பற்றி நயமாக பேசி அதன் சிறப்பியல்புகளை எடுத்துக் கூறி வாங்குபவரின் கவனத்தை ஈர்த்து அப்பொருட்களை நுகர்வோரிடம் விற்பனை செய்யும் ஒரு கலையாகும்.

நுகர்வோரியல் என்பது நுகர்வோர்கள் ஒருங்கிணைந்து தங்களுக்குள் ஒரு அமைப்பாக செயல்பட்டு தவறான மற்றும் சட்டத்திற்குப்புறம்பான வணிகம் செய்பவர்களிடம் எவ்வாறு இழப்பீடு பெறுவது மற்றும் அவர்கள் மீது சட்டபூர்வமான நடவடிக்கைகள் எடுப்பது என்பன பற்றி காண்பதாகும். மேலும், இது அவர்களின் உரிமைகள் மற்றும் அதிகாரங்களை அதிகரிப்பதற்கான சமூக இயக்கமாகும்.

விற்பாண்மை – பொருள் (Meaning)

விற்பனை அமைப்பில் விற்பாண்மையின் பங்கு மகத்தானதாகும். சந்தையிடுகைப் பணியில் ஈடுபட்டுள்ள அதிகாரிகள் முதல் துணைஅலுவலர்கள் வரை உள்ள அனைவரிலும் மிகமுக்கியமான பங்கு வகிப்பவர் விற்பனையாளர்களே. அவர்களுடைய, பணிகள் உற்பத்தியாளருக்கு மட்டுமல்லாமல், நுகர்பவர்களுக்கும் இன்றியமையாதவையாகும். நுகர்பவர்கள் உண்மையில் விற்பனையாளரையே நிறுவனத்தின் உண்மையான பிரதிநிதியாகக் கருதுகின்றனர். நிறுவனம் உற்பத்திசெய்த பொருட்களை நுகர்பவர்களின் தேவைகளை அறிந்து அதற்கேற்றவாறு பேசிக் கவர்ந்து அவர்களிடம் அவற்றை விற்பனை செய்பவர்களே விற்பனையாளர்கள் ஆவர். நுகர்பவர்களுக்கு ஆலோசனை கூறிப் பொருட்களைத் தேர்ந்தெடுக்கவும் அவர்கள் உதவிபுரிகின்றனர். வேறு விதமாகச் சொல்லப் போனால், விற்பனையாளர் தன்னிடம் உள்ள அனைத்துத் திறமைகளையும் பயன்படுத்தி விற்பனையாளர்கள் பொருட்களை, நுகர்வோரிடம் விற்பனை செய்வது விற்பனையாளரின் முக்கியமான நோக்கமாகும். சந்தையிடுதலில் விற்பனையை மேம்படுத்தும் நடவடிக்கைகளைக் குறிப்பதே விற்பாண்மை எனப்படும்.

I. விற்பாண்மையின் வரைவிலக்கணம் (Definition of Salesmanship)

டபுள்யு. ஜி. கார்டர் கூற்றுப்படி "விற்பாண்மை என்பது விற்பனைக்குரிய பொருட்களின் சிறப்பு அம்சங்களை எடுத்துக் கூறி, நுகர்வோரைக் கவர்ந்து பொருட்களை வாங்கச் செய்வதாகும்".

பேராசிரியர் ஸ்டீபன்சன் அவர்களின் கூற்றுப்படி, விற்பாண்மை என்பது, "விற்பனையாளரின் கடினமான உழைப்பால், நுகர்வோரை வாங்கத் தூண்டுதல் மற்றும் அவர்கள் தொடர்ந்து அப்பொருளையே வாங்குகின்ற மாதிரி ஒரு நிலையை அவர்கள் மனதில் உருவாகச் செய்தல்".

அமெரிக்க தேசிய சந்தையிடுகை ஆசிரியர்கள் குழுவின் கூற்றுப்படி "விற்பாண்மை என்பது நுகர்வோர் பொருள்களை வாங்கத் தூண்டி, உற்பத்தியாளருக்கு இலாபத்தையும் மற்றும் நுகர்வோருக்குப் பயனையும் அளித்தலாகும்".

II. விற்பாண்மை மற்றும் தனியாள் விற்பனை – வேறுபாடுகள்

தனியாள் விற்பனை மற்றும் விற்பாண்மை ஆகிய இரண்டும் ஒரே மாதிரியாக சொல்லப்பட்டாலும், இரண்டிற்கும் இடையே நிறைய வேறுபாடுகள் உண்டு. தனியாள் விற்பனை என்பது மிகப்பெரிய தொகுப்பு. அவற்றின் ஒரு பகுதியே விற்பாண்மை தவிர முழுவதும் அல்ல.

III. விற்பாண்மையின் முக்கியத்துவம்

நடப்புக் காலத்தில், விற்பாண்மையின் பணி மிக முக்கியமான ஒன்றாகும். உற்பத்தியாளர் மற்றும் நுகர்வோர் இவர்கள் இருவருக்கிடையே இணைப்பு பாலமாக இருந்து உற்பத்தியாளருக்கு இலாபத்தையும், நுகர்வோருக்குப் பலனையும் அளிப்பது விற்பாண்மையரின் முக்கியப்பணி. மேலும், பல பணிகளுக்கு விற்பனைப் பணியாளருடைய பணி தேவைப்படுகிறது. அவை சந்தையை விரிவடைய செய்வது, விற்பனையை அதிகரிக்கச் செய்வது போன்ற பல பணிகளுக்கு விற்பனை பணியாளரின் பணி மிக முக்கியமானதாகும்.

அ. உற்பத்தியாளருக்கு

ஆ. நுகர்வோருக்கு

அ. உற்பத்தியாளருக்கு

உற்பத்தியாளர் மற்றும் தொழில் முனைவோர் ஆகிய இருவருக்கும் விற்பனைப் பணியாளர்களின் சேவை நிறையத் தேவை. ஏன் என்றால், தற்போதுள்ள போட்டிகள் நிறைந்த உலகத்தில், சந்தையில் பொருட்களை விற்பனை செய்வதற்கு மேலும் சந்தையை விரிவடையச் செய்வதற்கும் புதிய சந்தைகளைக் கைப்பற்றுவதற்கும் விற்பனைப் பணியாளரின் சேவை மிக முக்கியமானது. இதனால், உற்பத்தியாளருக்கு விற்பனை பெருகி, இலாபம் அதிகரிக்கும். மேற்கூறிய காரணத்தால்தான் ஒவ்வொரு நிறுவனத்திலும் விற்பனைப் பணியாளர்கள் அந்நிறுவனத்தின் "கண்" மற்றும் "காது" என்று

அழைக்கப்படுகிறார்கள். அவர்கள், நுகர்வோரின் விருப்பத்தின்படி, விற்பனைக் கொள்கைகளை வகுத்துக்கொண்டு மேலும், ஆலோசனைகள் மற்றும் புகார்கள் நுகர்வோரிடம் பெற்றுக்கொண்டு விற்பனை செய்கின்றனர்.

ஆ. நுகர்வோருக்கு

பெரும்பாலும் விற்பனைப் பணியாளர்கள் கல்வி கற்றவர்களாக இருப்பார்கள், அதன் அடிப்படையில் அவர்கள் நுகர்வோரை அணுகி, ஒரு சரியான விளக்கத்தை அளித்து, தரமான மற்றும் நியாயமான விலையைக் கொண்ட பொருள்களை வாங்க கட்டாயப்படுத்துகிறார்கள். இதன்மூலம் விற்பனைப் பணியாளர்கள், விற்பனையை அதிகரிக்கிறார்கள். ஆகையால், பொருட்கள் விரைவாக விற்பனை செய்யப்படுகிறது. உற்பத்தியாளருக்குப் பொருளாதார பிரச்சினை ஏற்படுவதற்கும் வாய்ப்பே இல்லை.

விற்பாண்மையின் வகைகள்

விற்பாண்மைப் பணியாளர்களைக் கீழ்க்கண்டவாறு பாகுபாடு செய்யலாம்

I. உற்பத்தியாளரின் விற்பனைப் பணியாளர்கள்

II . மொத்த விற்பனையாளரின் விற்பனைப் பணியாளர்கள்

III . சில்லறை விற்பனையாளர்களின் விற்பனைப் பணியாளர்கள்

IV . சிறப்புப் பொருள் விற்பனைப் பணியாளர்கள்

I . உற்பத்தியாளரின் விற்பனைப் பணியாளர்கள்

இவர்களை கீழ்கண்டவாறு வகைபடுத்தலாம்.

அ) சந்தையை உருவாக்கும் விற்பனைப் பணியாளர்கள் (Missionary Salesmen)

புதிய பொருள்களைச் சந்தையில் அறிமுகப்படுத்தும் விற்பனையாளர்கள் இவ்வகையிள் அடங்குவர். மொத்த விற்பனையாளர்கள், விநியோகஸ்தர்கள் ஆகியோருக்கு இது வரையில் அறிமுகமாகாத புதிய பொருட்களை விற்பனை செய்யும் விற்பனைப் பணியாளர்களை இவ்வகையில் சொல்லலாம். பொருள் பற்றிய சிறப்பான அறிவும், அனுபவமும் பெற்றவர்களாக இவ்வகையினர் இருக்கவேண்டும். இவர்கள் பொருள் விற்பனைக்கு முன்னோடியாக இருப்பவர்களாவர். மற்ற விற்பனைப் பணியாளர்களின் பணியை விட இவர்களது பணி மிகக்கடுமையான உழைப்பும், திறமையும் கொண்ட ஒன்றாகும்.

ஆ) வாணிக சரக்கு விற்பனையாளர் (Merchandising Sales Men)

இவர்கள் பொருட்களை நேரிடையாக உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து பெற்று, நிறைய விற்பனைப் பணியாளர்களை வைத்துக்கொண்டு அவர்களுக்குத் தேவையான தகுந்த ஆலோசனைகள் வழங்கி விற்பனையை அதிகரிப்பதாகும். மேலும், விற்பனையை அதிகப்படுத்துவதற்காக பலவிதமான விளம்பர யுத்திகளை பயன்படுத்துகிறார்கள்.

இ) சில்லறை நிலை விற்பனையாளர் (Dealer-Servicing Salesman)

இவர்கள் மேலே உள்ளவர்களுக்கு அடுத்தபடியாக வருபவர்கள். சில குறிப்பிட்ட பகுதிகளை மட்டும் தேர்ந்தெடுத்துக் கொண்டு அப்பகுதியில் மட்டும் வியாபாரம் செய்து கொண்டு வருபவர்கள். இவர்களும் விற்பனை அதிகரிப்பதற்காக சாளர காட்சிகள் போன்ற பல யுக்திகளை பயன்படுத்தி வியாபாரம் செய்கிறார்கள்.

ஈ. விற்பனையை அதிகரிக்கும் விற்பனையாளர்கள் (Sales Promotion Salesmen)

இவர்களுடைய முக்கியமான வேலை விற்பனையை அதிகரிப்பதாகும். இவர்களை பெரும்பாலும் நாம் நிறுவனம் தயாரிக்கும் பொருளின் பிரதிநிதி என்று கூறலாம். சந்தைக்கு புதியதாக வரும் பொருளை யாரும் விரும்பமாட்டார்கள். அப்பொழுது, அவர்களின் உதவி தேவைப்படுகிறது. இவர்கள் பொருட்களை கையில் எடுத்துக் கொண்டு நேரிடையாக நுகர்வோரை சந்தித்து அதனுடைய சிறப்பியல்புகளை எடுத்துக்கூறி விற்பனை செய்வார்கள். பொதுவாக, இவர்களை ஒரு பொருளுக்கான தேவையை உருவாக்குபவர் என்று கூறலாம்.

உ. தொழில் நுட்ப விற்பானையாளர்கள் (Technical Salesmen)

பொதுவாக இவர்கள் ஒரு பொருளை எப்படி விற்பனை செய்யலாம் என்பதனைப் பற்றி விரிவாக பயிற்சி எடுத்துக் கொண்டவர்கள் என்று கூறலாம். இவர்கள் பொதுவாக நிறுவனத்திற்கு ஆலோசனை கூறுபவர்களாக இருப்பார்கள். நுகர்வோரின் விருப்பம், மற்றும் பொருளின் தன்மை வடிவமைப்பு இவற்றை விரிவாக நிறுவனத்திற்கு எடுத்துரைப்பார்கள். பொதுவாக இவர்கள் நிறுவனத்திற்குள் இருப்பார்கள். மேலும் நுகர்வோரிடம் தொடர்பு வைத்திருக்கமாட்டார்கள். தவிர இவர்களின் தொடர்பு கீழ்கண்டவற்றில் மட்டும் இருக்கும். அதாவது கணிப்பொறி, இயந்திரங்கள், வேதியியல் தொடர்பான பொருள்கள் மற்றும் பல.

II. மொத்த விற்பனையாளரின் விற்பனைப் பணியாளர்கள்

மொத்த விற்பனையாளர்களும், விற்பனைப் பணியாளர்களை நியமித்துச் சில்லரை விற்பனையாளர்களிடமிருந்து ஆணை பெறும் வழக்கம் இக்காலத்தில் பெருகி வருகின்றது. மொத்த விற்பனையாளரிடம் கொள்முதல் செய்வதில் பல நன்மைகள் உள்ளன. பலதரப்பட்ட பொருட்களையும் சிறு அளவில் கொள்முதல் செய்வதற்கு இவர்களிடம் ஆணை தருவதே நல்லது. மேலும், மொத்த விற்பனையாளர் ஒரு குறிப்பிட்ட வட்டாரத்திற்குள் செயல்படுவதால் அவர்களிடம் கொள்முதல் செய்தவர்கள் இவர்களைத் தொடர்பு கொள்வது எளிது. அவர்கள் சில்லரை விற்பனையாளர்களிடம் பணம் வசூலித்து அனுப்பி வைப்பதும் உண்டு.

III. சில்லறை விற்பனையாளரின் விற்பனைப் பணியாளர்கள்

சில்லறை விற்பனையாளர்கள் விற்பனைப் பணியாளர்களை நியமிக்க வேண்டியது அவசியம். இவர்களே நுகர்பவர்களுக்குப் பொருளை இறுதியாக விற்பனை செய்பவர்களாவர். இவர்களையும் இரு வகையினராகப் பிரிக்கலாம்.

1. கடைக்கு உள்ளே பணியாற்றும் விற்பனைப் பணியாளர்கள்
2. கடைக்கு வெளியே பணியாற்றும் விற்பனைப் பணியாளர்கள்

1. கடைக்கு உள்ளே பணியாற்றும் விற்பனைப்பணியாளர்கள்

இவர்கள் கடையின் உள்ளே இருந்து கொண்டு கடைக்கு வரும் வாடிக்கையாளர்களுடன் பேசி அவர்களைத் திருப்திப்படுத்திப் பொருட்களை விற்பனை செய்பவர்கள். நடைமுறையில் நாம் விற்பனைப் பணியாளர்கள் (salesmen) என்று குறிப்பிடுவதும் இவர்களையேயாகும். நிர்வாகத்தின் நேரடிக் கண்காணிப்பின் கீழ் இவர்கள் இயங்குகின்றனர். இவர்கள் தவறுகள் புரிய வாய்ப்பு இல்லை. மேலும், விற்பனையையும் நழுவ விடாமல் பார்த்துக் கொள்ளுகின்றனர். அவ்வாறு, நுகர்பவர்கள் திருப்தியடையாமல் போனால் மற்ற விற்பனைப் பணியாளர்களும் அவர்களது உதவிக்கு வந்து எப்படியாவது பொருங்களை விற்பனை செய்ய முயற்சி செய்வர்.

2. கடைக்கு வெளியே பணியாற்றும் விற்பனைப் பணியாளர்கள்

இவர்கள், சில்லறை விற்பனை நிறுவனத்தின் வெளியே பணியாற்றுபவர்கள் ஆவர். இவர்கள் பொருளை வாங்க விரும்பும் நிலையில் உள்ள வாடிக்கையாளர்களை வாங்கும்படித் தூண்டிப் பொருளை வாங்க வேண்டும் என்ற உணர்வை அவர்களிடம் உருவாக்குபவர்கள் ஆவர். இவர்களைப் பயண விற்பனையாளர்கள் (Travelling Salesmen) என்றும் குறிப்பிடுவதுண்டு.

இவர்களது பணி நிறுவனத்திற்கு உள்ளே பணியாற்றும் விற்பனைப் பணியாளர்களின் பணியை விடக் கடினமானது. எனவே, இவர்களுக்குக் கூடுதலான சம்பளமும், விற்பனை அடிப்படையில் கமிஷனும் வழங்கப்படுகின்றது.

இவ்வகை விற்பனைப் பணியாளர்களையும் இரண்டு வகையாகப் பிரிக்கலாம்.

1. பொருட்கள் அல்லது பணிகளை விற்பனை செய்யும் விற்பனைப் பணியாளர்கள்.

2 வீடு வீடாகச் சென்று வலிய விற்பனை செய்யும் விற்பனைப் பணியாளர்கள்.

IV. சிறப்புப் பொருள் விற்பனைப் பணியாளர்கள்

அதிக விலையுள்ள, அடிக்கடி வாங்கப்படாத பொருட்கள், விலை மதிப்புள்ள சொகுசு சாதனப் பொருட்கள் ஆகியவற்றை விற்பனை செய்பவர்கள் சிறப்புப் பொருள் விற்பனைப் பணியாளர்கள் எனப்படுவர். தொலைக்காட்சி, வானொலி, இருசக்கர வாகனங்கள், நான்குசக்கர வாகனங்கள் போன்றவற்றை விற்பனை செய்வதே இவர்களது பணியாகும். இப்பொருள்களைப் பெரும்பாலும் நுகர்பவர்கள் வாழ்க்கையில் ஒருமுறை மட்டுமே வாங்குவர். அதனால், வாங்குபவர்களும் தீர விசாரித்து பலமுறை சோதனை செய்து பொருளை வாங்குவர். அதனால், இத்தகைய பொருள்களை விற்பனை செய்யும் விற்பனையாளர்கள் மிகவும் கவனமாகவும், முன்னெச்சரிக்கையுடனும் நடந்துக் கொள்வதோடு திறமையாக வாங்குபவர்களிடம் பேசி அவர்களைக் கவர்ந்து, அப்பொருளை வாங்க வேண்டும் என்ற ஆவலை தூண்டிப் பொருளை வாங்கச் செய்ய வேண்டும். இதற்கு அசாத்தியமான திறமை அவசியம்.

நுகர்வோரியல் (Consumerism)

தோற்றம் (Origin)

நுகர்வோரியல் என்பது சமீபகாலத்தில் தோன்றிய வணிகவியல் கோட்பாடுகளில் ஒன்றாகும். இவை முதலில் மேற்கத்திய நாடுகளில், குறிப்பாக அமெரிக்காவில் வணிகம் செய்பவர்களால் 1960–ல் நடைமுறைக்குக் கொண்டுவரப்பட்டது. இதனுடைய முக்கிய நோக்கம் நுகர்வோர் பொருட்கள் வாங்கும்பொழுது பல வழிகளில் சுரண்டப்படுவதை தடுப்பதற்காகவும், மேலும், நுகர்வோரின் உரிமை மற்றும் கடமைகளையும் எடுத்துரைப்பதற்காகவும் இது கொண்டுவரப்பட்டது.

நுகர்வோரியல்–விளக்கம் (Concept of Consumerism)

உற்பத்தியாளர்கள், விற்பனையாளர்கள் மற்றும் சேவை அளிப்பவர்கள் நுகர்வோருக்கு முக்கியத்துவம் கொடுக்கின்றனர். நம்மில் ஒவ்வொருவரும் ஒரு விதத்தில் நுகர்வோரே. தனி நபர்கள், குடும்பங்கள், நிறுவனங்கள், அமைப்புகள் தினந்தோறும் பல்வேறு பொருட்களை நுகர்கின்றன. பல்வேறு சேவைகளைப் பெறுகின்றன. நாங்கள் உங்கள் படிப்பிற்காக எழுதுகோல், நோட்டுப் புத்தகங்கள், பாடநூல்கள் போன்ற பலவகைப் பொருட்களை வாங்குகின்றீர்கள். நீங்கள் வாங்கிய ஒரு குயர் நோட்டுப்புத்தகத்தில் 96 பக்கங்கள் இல்லை என்பதையும் மற்றும் எழுதுகோல் நல்ல தரம் இல்லை என்பதனையும் அறிந்திருக்கலாம். சில பக்கங்கள் விடுபட்டிருக்கலாம் நியாயமான விலை கொடுத்து வாங்கிய பிறகு நீங்கள் ஏமாற்றப்பட்டு அதனால் அதிருப்தி அடையவில்லையா? இயற்கையால் (காற்று, நீர், மற்றும் இயற்கை வளம்) தோற்றுவிக்கப்பட்டு பிறரால் விற்கப்படும் அல்லது உற்பத்தி செய்யப்பட்டு பிறரால் விற்கப்படும் பொருட்களை பயன்படுத்துபவரே நுகர்வோர் ஆவார். வங்கி, போக்குவரத்து, காப்பீடு, பழுதுபார்த்தல் ஆகிய சேவைகளைப் பெறுபவரும் நுகர்வோர் ஆவார். எழுத்தளவில், நுகர்வோரின் திருப்தியே தங்களது குறிக்கோள் எனவும் வியாபார நிறுவனங்கள், நுகர்வோரை மன்னர் என்றும், வணிகர்கள் அவர்களுக்கு சேவை செய்து திருப்தியளிக்க வேண்டும் எனவும் கருதப்படுகிறது. ஆனால், நடைமுறையில் பல வழிகளில் நுகர்வோர் ஏமாற்றப்பட்டு, கொள்ளையடிக்கப்பட்டு சுரண்டப்பட்டு வருகிறார்கள். இச்சுரண்டப்படுதல் தற்செயலாகவோ அல்லது வேண்டுமென்றே நடைபெறுவதாக இருக்கலாம்.

நுகர்வோரியல் –வரைவிலக்கணம்

பிலிப்ஸ் கோட்லரின் கூற்றுப்படி "நுகர்வோரியல் என்பது ஒருங்கிணைந்த முயற்சிகள் மட்டுமல்ல, ஆனால் விற்பனையாளர் மீது நுகர்வோர் கொண்டுள்ள உரிமைகளையும், அதிகாரங்களையும் மேம்படுத்தும் ஒரு சமூக இயக்கமாகும்".

நுகர்வோர் சுரண்டப்படுதல் (Consumer Exploitation)

கீழ்க்கண்ட பல வழிகளில் நுகர்வோர் சுரண்டப்படுகின்றார்கள். அவைகளாவன :

அ. அதிகவிலைக்கு விற்றல்

பொருள் அல்லது சேவையின் தரம் மற்றும் அளவிற்கு ஏற்றாற்போல் இல்லாது விற்பனையாளர்கள் அதிக விலைக்கு விற்கிறார்கள். நியாயமான விலைக்குமேல் பொருட்கள் விற்கப்படுகின்றன. சந்தையில் மிகுதியாகப்

பொருட்கள் இருக்கும் காலத்தில் கூட விலையேற்றத்தை உண்டாக்கும் நோக்கத்தோடு விநியோகிப்பாளர் செயற்கைப் பற்றாக்குறையை ஏற்படுத்துகிறார்கள். இதனால், நுகர்வோர் திறந்தவெளிச் சந்தையில் பொருட்கள் கிடைக்காமலும், விலையேற்றத்தாலும் துன்புறுகின்றார்கள்.

ஆ. பொருள் இடர்பாடு

கேடு விளைவிக்கும் மற்றும் தடைசெய்யப்பட்ட மருந்துகள், போதுமான அளவு பாதுகாப்பற்ற மின் சாதனங்கள் சந்தையில் விற்கப்படுகின்றன. இவைகள் எதிர்காலத்தில் நுகர்வோருக்குக் கேடு மற்றும் ஊறு விளைவிக்கும்.

எ.கா.

போதுமான அளவு பாதுகாப்பற்ற மின் சாதனங்கள் மின் அதிர்ச்சியை உருவாக்கும்.

இ. கலப்படம்

பொதுவாக உணவு பொருட்களில் கலப்படம் அதிகமாகக் காணப்படுகிறது. இதுவொரு மன்னிக்க இயலாத குற்றமாகும். நுகர்வோரின் உடல்நிலையை பாதிக்கிறது.

எ.கா.

1. 500கி. நெய்கலனில் 300கி. வனஸ்பதியை கலந்து "சுத்தமானநெய்" எனக்குறிப்பிடுவது.

2. 1 கிலோ சர்க்கரை கட்டுமத்தில் 970கி சர்கரையை நிரப்பி இதன் "நிகரஎடை ஒருகிலோ" எனக்குறிப்பிடுவது.

3. 500கி. எடை உள்ள மிளகாய்த்தூள் கட்டுமத்தில் 150கி. எடையுள்ள செங்கல் பொடி அல்லது மரத்தூளை கலப்படம் செய்து "சுத்தமானது" என குறிப்பிடுதல்.

4. பாலுடன் இரசாயனப் பொருட்களை கலந்து மேலும் வெள்ளை நிறத்தைக் கூட்டுவது.

ஈ. போலிகள்

பிரபலமடைந்த பொருட்களுக்கு போலிகள் தயாரிக்கப்பட்டு விற்கப்படுகின்றன. ஒவ்வொரு அசல் உற்பத்திப் பொருட்களுக்கு போலி உதிரிபாகங்கள் மற்றும் போலித் துணைப்பொருட்கள் சந்தையில் கிடைக்கின்றன. நுகர்வோர் அசலில் இருந்து போலியை வேறுபடுத்த முடியாத நிலையில் உள்ளனர். இவ்வாறு அவர்கள் சுரண்டப்படுகிறார்கள்.

எ.கா.

கைக்கடிகாரங்கள், வாகன உதிரி பாகங்கள், அழகு சாதனப் பொருட்கள் மற்றும் தங்கநகை ஆபரணங்கள்.

உ. தரக்குறைவு

கட்டுமம் செய்து முத்திரையிடப்பட்ட கொள்கலன்களைத் திறந்தால் அதிலுள்ள பொருட்கள் தரம் குறைந்ததாகவும், கெட்டுப் போனதாகவும் மேலும் அதன் நிகரஎடை கொள்கலனில் குறிப்பிட்ட எடையைவிடக் குறைவாக இருப்பதையும் காணலாம்.

எ.கா.

பால்பவுடர், பொட்டலங்கள், ஐஸ்கிரீம், நெய், வெண்ணெய் மற்றும் பற்பசை போன்றவைகள்.

ஊ. செயற்கைப் பற்றாக்குறை

பால் வழங்கும் நிலையங்கள் ஆகியவற்றில் முறையே சரக்கு இல்லை, மற்றும் திரைஅரங்கம் நிறைந்துள்ளது எனும் அறிவிப்புப் பலகைகளை நாம் வெளியே காண்கின்றோம். ஆனால் பால் மற்றும் திரையரங்கு நுழைவுச் சீட்டு ஆகியவை வெளியே அதிக விலையில் கிடைக்கின்றன.

எ. பொய் விளம்பரங்கள்

நுகர்வோரை ஏமாற்றும் பொருட்டு பல்வேறு விளம்பரங்களில் தங்கள் பொருட்களைப் பற்றி உற்பத்தியாளர்கள் திரித்தும், தவறாகவும் கூறுகின்றார்கள்.

ஏ. உத்திரவாதக் காலத்தில் சேவை மறுத்தல்

நீடித்துழைக்கும் பொருட்களான தொலைக்காட்சிப் பெட்டி, சலவை இயந்திரங்கள், குளிர்சாதனப்பெட்டிகள், இரண்டு மற்றும் நான்கு சக்கர வாகனங்கள், கார்கள் ஆகியவற்றிற்குக் கொள்முதல் செய்த தினத்தில் இருந்து சில ஆண்டுகளுக்கு இலவச சேவை உத்திரவாதம் அளிக்கப்படுகின்றது. ஆனால் நடைமுறையில் அற்ப காரணங்களால் இலவச சேவை மறுக்கப்படுகிறது. உத்திரவாதக் காலத்தில் அளிக்கப்பட்ட சேவைகளுக்கும் நுகர்வோர்களிடமிருந்து கட்டணம் வசூலிக்கப்பட்டுச் சுரண்டப்படுகிறது.

ஐ. தகுதியற்ற பொருட்கள்

நுகரத் தகுதியற்ற பொருட்கள் சந்தையில் விற்கப்படுவது மட்டுமின்றி "உடையாப் பொருட்கள்" என்று சான்றளிக்கப்பட்ட பொருட்கள் உபயோகப்படுத்தும் காலத்தில் உடைந்துபோகின்றன.

ஒ. மற்றவைகள்

"கசியாது" என்று சான்றளிக்கப்பட்ட பாட்டரிகள் கசிகின்றன. இரயில் அல்லது விமான பயணியின் உறுதி செய்யப்பட்ட முன் பதிவு இருக்கை கடைசி நிமிடப் பயணநேரத்தில் மறுக்கப்படுவதால், நுகர்வோர் உடல் ரீதியாக மட்டுமின்றி, மனரீதியாகவும் பாதிக்கப்படுகிறார்கள். வங்கி ஊழியரின் கவனக்குறைவு மற்றும் அலட்சியப் போக்கினால் வாடிக்கையாளரின் கணக்கில் போதுமான அளவு ரொக்க இருப்பு இருந்தும் எவ்வித தகுந்த காரணமின்றி அவருடைய காசோலையை மறுத்தல், அடுக்குமாடி வீட்டில் குடியிருப்போர் குறிப்பிட்ட நாளில் வீட்டை அதனுடைய உரிமையாளரிடம் ஒப்படைக்காமல் இருத்தல், காலாவதியான மருந்துப் பொருட்கள் மருந்தகங்களில் விற்றல், அஞ்சல் வழி வாணிகத்தில் பொருட்களை மாற்றி மாதிரி பொருட்கள் அன்றி வேறு பொருட்களை அனுப்புதல்.

இவ்வாறு இவற்றைப் பற்றி அதிகமான அளவில் அட்டவணைப் படுத்திக்கொண்டே போகலாம். நுகர்வோர் சார்புடையன எனக் கூறப்படுவதெல்லாம் ஒரு மாயை என மேற்கூறியவை எடுத்துக் காட்டுகின்றன. அப்பாவி நுகர்வோர்களாகிய நாம் ஏமாற்றும் வியாபாரிகளிடமிருந்தும், உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்தும் பாதுகாக்கப்படவேண்டும். வழக்குகளை வழக்கமான நீதிமன்றத்தில் தாக்கல் செய்வது காலதாமதம் ஆவதும், அதிகச் செலவீனமானதாகவும், அதிக நடைமுறைச் சிக்கலை உருவாக்குவதாகவும் உள்ளது. நுகர்வோர்களாகிய நாம் ஒவ்வொருவரும் ஏதேனும் ஒரு நாள், ஏதேனும் ஒரு வழியில் பாதிக்கப்படுவதால் இச்சுரண்டலை எதிர்த்து நாம் அனைவரும் ஒன்றுபட்டு ஓர் இயக்கத்தை உருவாக்க வேண்டும். அவ்வியக்கமே, "நுகர்வோர் இயக்கம்" என்றழைக்கப்படுகின்றது.

நுகர்வோர் இயக்கம் தோற்றமும் வளர்ச்சியும்

நுகர்வோரின் சுரண்டப்படுதல் மற்றும் இன்னல்களின் விளைவே நுகர்வோர் இயக்கம் தோன்றக் காரணமாகும். சுரண்டலிலிருந்தும் வணிகக் கொடுமைகளிலிருந்தும் பாதுகாப்புப் பெறுதலே நுகர்வோரின் குறிக்கோளாகும். பொருட்கள் மற்றும் விற்பனையாளர் மீதான நுகர்வோரின் உரிமைகளையும் அதிகாரங்களையும் நுகர்வோரின் நலன் கருதி பாதுகாத்து நிலைநிறுத்தலே இதன் குறிக்கோளாகும்.

பெரிய நிறுவனங்களின் முற்றுரிமை மற்றும் நியாயமற்ற வணிக முறைகேடுகளை எதிர்த்துப் போராடுவதற்கு அமெரிக்காவில் "ரால்ப் நேடர்" (Ralph Nader) என்பவர் முன்னோடியாக இருந்தார். அவர் நுகர்வோர் இயக்கத்தின் தந்தை என கருதப்படுகிறார். மாசுக்கட்டுப்பாடு விதிகளையும், பாதுகாப்புத் தரத்தினையும் மீறி செயல்பட்ட மோட்டார் வாகனத் தொழிலை

எதிர்த்து துவக்க காலத்தில் இவர் போராடினார். இதனால், அனைத்து மேலை நாடுகளிலும் நுகர்வோர் இயக்கம் நன்கு வளர்ந்தது. பிரிட்டன், ஸ்வீடன், நெதர்லாந்து, டென்மார்க் மற்றும் கென்யா போன்ற நாடுகளில் இதற்காகக் கடுமையான சட்டங்கள் இயற்றப்பட்டுள்ளன. ஐ.நா (ஐக்கிய நாடுகள்) பொதுச்சபை நுகர்வோர் பாதுகாப்பு குறித்துப் பொது வழிமுறைகளை வகுத்துள்ளது.

இந்தியாவில் நுகரவோரியக்கம் (Consumerism in India)

நம் நாட்டின் தந்தை மகாத்மாகாந்தி நுகர்வோர் பாதுகாப்பை வலியுறுத்தினார். அவர் நுகர்வோரை அப்பாவி எனக்குறிப்பிட்டார். அவரின் சிறந்த கூற்று இன்று நினைவூட்டத் தகுந்தது. "நம் வியாபார நிலையத்திற்கு வரும் வாடிக்கையாளர் ஒரு மிக முக்கியமான விருந்தாளி. அவர் நம்மைச் சார்ந்திருக்கவில்லை. நாம் தான் அவரைச் சார்ந்துள்ளோம். நம்முடைய வியாபாரத்திற்கு அவர் வெளியாள் அல்ல, அவர் நம் வியாபாரத்தின் ஒரு பகுதி. நாம் அவருக்கு சேவை செய்வது ஒரு சலுகையாகாது. அவருக்கு நாம் சேவை செய்ய அவர் நமக்கு ஒரு வாய்ப்பினை அளிக்கின்றார்".

நம் நாட்டில் நுகர்வோரியக்கம் தற்போது மெதுவாக வளர்ந்து வரும் ஒரு இயக்கமாகும். காப்பீடு, வங்கியியல், போக்குவரத்து, தொலைத் தொடர்பு போன்ற பணிகளில் அரசின் முன்னுரிமை மற்றும் விற்பனையாளரின் சந்தையாக இருத்தலே இதற்குக் காரணம். மக்களின் அறியாமை, ஆர்வமின்மையே நுகர்வோர் விழிப்புணர்ச்சிக் குறைவிற்குக் காரணம். 1979-ம் ஆண்டில் இந்தியாவில் நுகர்வோரியக்கத்தின் ஒரு பகுதியாக அகமதாபாத்தில் நுகர்வோர் கல்வி மற்றும் ஆராய்ச்சி சங்கம் உருவாக்கப்பட்டது. நுகர்வோர் தங்களின் பொறுப்புகளையும் உரிமைகளையும் அறியவில்லை.

நுகர்வோரின் உரிமைகள் (Consumer Rights)

1. பொருள்களின் விலை, தரம், சுத்தம், ஆக்கத்தன்மை, அளவுத்தன்மை இவற்றைப் பற்றிய விபரங்களைத் தெரிந்துக் கொள்ளல்.
2. உயிருக்கும், உடமைக்கும் ஊறுவிளைவிக்கும் பொருட்களை விற்பனை செய்வதை எதிர்த்து பாதுகாப்பு பெறுதல்.
3. நியாயமான விலையில் பலதரப்பட்ட பொருட்களைப் பெறுதல்.
4. பொருட்களைக் கையாளுதல், பயன்படுத்துதல் குறித்து விவரங்களை அறிதல்.
5. நியாயமற்ற மற்றும் ஏமாற்று வர்த்தக முறைகளிலிருந்து பாதுகாப்புப் பெறுதல்.

6. நுகர்வோர் தம் கருத்தினைக் கூறும் உரிமையும் மற்றும் நுகர்வோரின் நலன் முறையாக கருத்தில் கொள்ளப்படும் என்று உறுதி பெறும் உரிமை.

7. நேர்மையற்ற வியாபாரிகளின் சுரண்டுதல் மற்றும் நியாயமற்ற வணிக முறைகளை எதிர்த்துத் தீர்வு காணுதல்.

முன்னாள் அமெரிக்க ஜனாதிபதி திரு. ஜான் எப். கென்னடி கூற்றுப்படி "நுகர்வோரின் அடிப்படை உரிமைகளாவன, அவை பாதுகாப்பு உரிமை – அறிந்து கொள்ளும் உரிமை–தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை – கருத்துக் கூறும் மற்றும் கேட்கும் உரிமை" ஆகியன.

நுகர்வோரின் பொறுப்புகள் (**Responsibilities of Consumer**)

1. ஒப்பந்தப்படி பொருளுக்குரிய விலையை நுகர்வோர் கொடுக்க வேண்டும்.
2. நுகர்வோர் தாம் வாங்கும் பொருட்களைத் தன்னிடம் ஒப்படைக்குமாறு விற்பனையாளருக்குத் தெரிவிக்க வேண்டும். குறித்த நாளில் நுகர்வோர் பொருட்களைப் பெற்றுக் கொள்ள வேண்டும்.
3. ஒப்பந்தப்படி நுகர்வோர் பொருட்களை ஏற்காவிடினும் காலம்தாழ்த்திப் பொருட்களை ஏற்றுக் கொண்டாலும் அதனால் ஏற்படும் நட்டங்களுக்கு நுகர்வோரே பொறுப்பாவார்.
4. விற்பனையாளருக்குப் பணம் செலுத்தலில் காலதாமதம் ஏற்படின் அதற்குரிய சிறப்பு நட்டஈடும் வட்டியும் கொடுக்க வேண்டும்.
5. நுகர்வோர் உத்தரவாத அட்டை, வாங்கிய பொருள் மீது ரசீது, பொருள் ஒப்படைப்பு ஆவணம் பணரசீது, சரக்கு கொண்டுசெல்ல சான்றிதழ் முதலியவற்றை கேட்டுப் பெறவேண்டும்.
6. பொருட்களைப் பயன்படுத்தும்போது அதைப் பற்றிய முன்னெச்சரிக்கைகளையும், பயன்படுத்தும் வழிமுறைகளையும் நுகர்வோர் பின்பற்ற வேண்டும்.
7. மருத்துவர் மற்றும் தொழில் வல்லுனர்களின் அறிவுறுத்தல்களை நுகர்வோர் முறையாகப் பின்பற்ற வேண்டும்.

இந்தியாவில் நுகர்வோர் சார்ந்த சட்டங்கள் (**Consumer Rights related Law in India)**

1986–ம் ஆண்டுக்கு முன்னர் இந்தியாவில் மத்திய, மாநில அரசுகள் முற்றுரிமை மற்றும் கட்டுப்பாட்டு வணிக முறைகள், அத்தியாவசிய பொருட்கள் விற்பனை, கலப்படம், சரியான எடையளவு, மருந்து மற்றும் இதர பொருட்கள்

விற்பனை குறித்துப் பல சட்டங்களை இயற்றியுள்ளன. இச் சட்டங்கள் கீழே வகைப்படுத்தப்பட்டுள்ளது.

அ) 1930 – பொருட்கள் விற்பனைச் சட்டம்

ஆ) 1930 – ஆபத்து விளைவிக்கும் மருந்துச் சட்டம்

இ) 1927 – விவசாயப் பொருள் (தரம், விற்பனைச் சட்டம்).

ஈ) 1940 – மருந்து மற்றும் அழகு சாதனப் பொருட்கள் சட்டம்.

உ) 1950 – மருந்துகள் கட்டுப்பாடு சட்டம்

ஊ) 1952 – இந்தியத் தர நிறுவனம் (அடையாளச் சான்றிதழ் சட்டம் தற்போது இந்திய தரத் துறை என அழைக்கப்படுகிறது).

எ) 1954 – உணவுக் கலப்படத் தடுப்புச் சட்டம்

ஏ) 1955 – அத்தியாவசிய பொருட்கள் சட்டம்

ஐ) 1958 – எடை அளவு தரச் சட்டம்

ஒ) 1969 – முற்றுரிமை கட்டுப்பாட்டு வணிகமுறைச் சட்டம்.

ஓ) 1972 – வாடகைக் கொள்முதல் சட்டம்

ஔ) 1975 – கட்டுமானப் பொருட்கள் ஆணை.

இந்தச் சட்டங்கள் ஏதேனும் ஒரு வழியில் குறைபாடு கொண்டவை. முன்னர் குறிப்பிட்டவாறு பல வழிகளில் நுகர்வோர் தொடர்ந்து சுரண்டப்பட்டு வந்தனர். நுகர்வோரின் குறைகளும், அதிருப்தியும் வளர்ந்தன. அவர்களின் குறைகள் விரைவாக நிவர்த்தி செய்யப்படுவதற்கு வலுவான ஏற்பாடும் நிறுவன அமைப்பும் பெற்றிருக்கவில்லை. வலுவான சிறந்த இயக்கம் இல்லாமையால் நுகர்வோர் தனிமைப்படுத்தப்பட்டு அவர்களின் குறைகள் வளர்ந்தன.

நுகர்வோர் மற்றும் பல்வேறு நுகர்வோர் பாதுகாப்பு இயக்கக் குழுக்களின் கட்டாயத்தினால் மத்திய அரசு 1986–ல் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் என்ற விரிவான சட்டத்தை இயற்றியது. 15.4.1987 முதல் இச்சட்டம் அமலுக்கு வந்தது. இச்சட்டம் 1993–ல் மேலும் திருத்தப்பட்டது. இச்சட்டம் இன்று சுருக்கமாகக் "கோப்ரா" (COPRA-Consumer Protection Act) என்றழைக்கப்படுகிறது.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம் 1986 (சட்டம் எண் 68–1986)

நுகர்வோர் சச்சரவு மற்றும் அது குறித்த பிரச்சனைகளைத் தீர்ப்பதற்காக நுகர்வோர் நீதிமன்றங்கள் மற்றும் நுகர்வோர் குழுக்கள் ஏற்படுத்தப்பட்டுள்ளன. நுகர்வோரின் நலன் மேலும் சிறந்த முறையில் பாதுகாக்கப்படவேண்டும் என்பது

இச்சட்டத்தின் குறிக்கோளாகும். நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் மிகவும் முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது. இது புதிதாக இயற்றப்பட்டு ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது. இது பொதுத்துறை, நிதித்துறை, மற்றும் கூட்டுறவுத் துறைகளுக்கும் பொருந்தும். அண்மையில் மருத்துவச் சேவைகளும் இச்சட்டத்தின் கீழ்க்கொண்டு வரப்பட்டுள்ளன. முன்னர் குறிப்பிட்ட சட்டங்களின் சரத்துக்களோடு இச்சட்டத்தின் சரத்துகள் அனைத்து பொருட்களுக்கும், சேவைகளுக்கும் பொருந்தும்.

1986–நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் நுகர்வோருக்குப் புதிய உரிமைகளையோ, பொறுப்புக்களையோ உருவாக்கவில்லை. ஆனால், மறுபயன் பெற்று பொருட்கள் விற்பனை மற்றும் சேவை ஏற்பு காரணமாக எழும் பிரச்சினைகளுக்குத் தீர்வு காண ஒரு புதிய அமைப்பை அச்சட்டம் ஏற்படுத்தியுள்ளது. நுகர்வோர் கோரும் நட்டமென்பது பொருட்களில் உள்ள குறைபாடுகள் அல்லது சேவைகளில் குறைவு ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் ஏற்பட்டதாக இருத்தல் வேண்டும்.

நுகர்வோர் – வரைவிலக்கணம்

1986 இந்திய நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் பிரிவு 2(I) (டி)– ன் படி "எவரொருவர் சொந்தப் பயனுக்காக மறுபயன் அளித்து எந்த பொருட்களையும் வாங்குகிறாரோ அல்லது எந்த சேவையையும் ஏற்கிறாரோ அவரே நுகர்வோர் ஆவார்". சொந்த பயனுக்காக எவ்விதமான பின் செலுத்தும் முறையில் பொருட்களை வாங்கினாலோ அல்லது சேவைகளை ஏற்றுக் கொண்டாலோ, அவரும் நுகர்வோராக கருதப்படுகிறார். ஆனால் பொருட்களை மறுவிற்பனைக்காகவோ அல்லது வேறு வணிக நோக்கத்திற்காகவோ பெற்றால் அந்நபர் நுகர்வோராகக் கருதப்படமாட்டார். இச்சட்டம் கீழ்க்கண்ட சொற்களுக்கு இலக்கணம் தந்துள்ளது : புகார் தொடுப்பவர், பொருட்கள், சேவை, நுகர்வோர் சச்சரவு பொருளில் குறைபாடு, சேவையில் குறைவு, உற்பத்தியாளர், வியாபாரி, நியாயமற்ற வணிக முறை, மாநிலக் குழுமம், தேசியக் குழுமம் போன்றவைகள்.

எ.கா.

சேவை எனும் சொல் வங்கி, நிதி நிறுவனம், காப்பீடு, போக்குவரத்து, பதப்படுத்துதல், மின் மற்றும் பிற சக்தி அளிப்பு உணவகம் மற்றும் தங்கும் விடுதி, கேளிக்கை மற்றும் சேவை ஆகியவைகளை உள்ளடக்கியது. ஆனால் எந்த ஒரு இலவச சேவையும் இதற்குப் பொருந்தாது.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு குழுக்களும் மன்றங்களும்

1986 நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டச் சரத்துப்படி நுகர்வோர் குழுக்களும் மற்றும் தேசிய, மாநில மற்றும் மாவட்ட அளவில் மூன்றடுக்கு தீர்வு மன்றங்களாகச் செயல்படுகின்றன.

தேசிய அளவிலான மையக் குழு

மையக் குழு என்றழைக்கப்படும் மத்திய நுகர்வோர் பாதுகாப்புக் குழு தேசிய அளவில் செயல்படுகிறது. நுகர்வோரின் உரிமைகளைப் பாதுகாத்து மேம்படுத்தலே மையக் குழுவின் குறிக்கோள்களாகும். அவையாவன :

அ) உயிருக்கும் உடமைக்கும் ஊறு விளைவிக்கும் பொருட்களை விற்பனை செய்வதை எதிர்த்துப் பாதுகாப்புப் பெறுதல்.

ஆ) நியாயமற்ற வணிக முறைகளிலிருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாக்கும் பொருட்டு பொருளின் விலை, தரம், சுத்தம், ஆக்கத்தன்மை, அளவுதன்மை இவற்றைப் பற்றிய விவரங்களைத் தெரிந்துகொள்ளும் உரிமை.

இ) நியாயமான விலையில் பலதரப்பட்ட பொருட்களைப் பெறும் உரிமை.

ஈ) நுகர்வோர் தம் கருத்தினைக் கூறும் உரிமையும், நுகர்வோரின் நலன் முறையாகக் கருத்தில் கொள்ளப்படும் என்றும் உறுதிபெறும் உரிமையும்.

உ) நேர்மையற்ற வியாபாரிகளின் சுரண்டுதல் மற்றும் நியாயமற்ற வணிக முறைகளை எதிர்த்து தீர்வு காணும் உரிமை.

ஊ) நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு பெறும் உரிமை.

தேசியக் குழுமம்

இத்தேசிய குழுமம் ஐந்து உறுப்பினர்களைக் கொண்டது (ஒரு தலைவர் மற்றும் நான்கு உறுப்பினர்கள்). இச்சட்டத்தின்கீழ் தேசிய நுகர்வோர் சச்சரவுத் தீர்வுக் குழுமம் அமைக்கப்பட்டுள்ளது. இது போல் நீதி இயந்திரமாகும் தேசிய அளவில் இது உச்ச அமைப்பாகும்.

மைய அரசால் நியமிக்கப்படும் தலைவர் உச்ச நீதிமன்ற தற்போதைய அல்லது ஓய்வு பெற்ற நீதிபதியாக இருத்தல் வேண்டும். மற்ற நான்கு உறுப்பினர்களும் திறமை, நாணயம், மற்றும் சமூக மதிப்புப் பெற்றவர்களாக இருத்தல் வேண்டும். இவர்கள் நிர்வாகம், பொதுத்துறை, தொழில் துறை, கணிதவியல், சட்டம், வணிகவியல், பொருளியல் போன்ற துறைகளில் போதிய அறிவு மற்றும் அனுபவம் பெற்றவர்களாக இருத்தல் வேண்டும். இந்நான்கு உறுப்பினர்களில் ஒருவராவது பெண் உறுப்பினராக இருத்தல் வேண்டும். பொருள் அல்லது சேவையின் மதிப்பு மற்றும் கோரப்படும் நட்ட ஈட்டுத்தொகையும் ரூபாய் இருபது இலட்சத்திற்கு மேற்பட்டதாக இருப்பின் இக்குழுமத்திடம் முறையிடலாம். மாநிலக் குழுமத்தின் ஆணையின் மீதான மேல் முறையீடுகளை இக்குழுமம் ஏற்க முடியும். இது பதிவேடுகளை மாநில குழுமத்திடமிருந்து கேட்டுத் தகுந்த ஆணையைப் பிறப்பிக்கும்.

மாநில அளவில் மாநில நுகர்வோர் குழு

மைய அரசின் குறிக்கோள்களைப் பின்பற்றி மாநில அரசுகள் மாநில அளவில் மாநில நுகர்வோர் பாதுகாப்புக் குழுக்களையும் மாநில நுகர்வோர் பிரச்சனைத் தீர்வுக் குழுமங்களையும் நிறுவியுள்ளன. மாநிலக் குழுக்கள் ஆலோசனைக் குழுக்களாகச் செயல்படுகின்றன.

மாநில குழுமம் பொருட்கள் அல்லது சேவைகளின் மதிப்பு மற்றும் நட்ட ஈட்டுத் தொகை ரூபாய் ஐந்து இலட்சத்திற்கு மேல் ரூபாய் 20 இலட்சம் வரையுள்ள புகார் மனுக்களை மாநில குழுமம் ஏற்கும். மாநிலத்திலுள்ள எந்த மாவட்ட மன்றத்தின் ஆணையின் மீதான மேல் முறையீடுகளை ஏற்கும். தேவைப்படும் பதிவேடுகளைக் கோரி தகுந்த ஆணைகளைப் பிறப்பிக்கும். மாநிலம் குழு மூன்று உறுப்பினர்களைக் கொண்டது. மாநில அரசால் நியமிக்கப்படும் இதன் தலைவர் உயர்நீதிமன்ற நீதிபதியாகவோ அல்லது ஓய்வு பெற்ற நீதிபதியாகவோ இருத்தல் வேண்டும். மற்ற இரு உறுப்பினர்கள் திறமை, நாணயம், சமூகத்தில் மதிப்பு உடையவராக இருத்தல் வேண்டும். நிர்வாகம், பொதுத்துறை, தொழில் துறை, கணக்குப்பதிவியல், சட்டம், வணிகவியல், பொருளியல் ஆகியவற்றில் போதுமான அறிவு அல்லது அனுபவம் பெற்றவராக இருத்தல் வேண்டும். உறுப்பினர்களில் ஒருவர் பெண் உறுப்பினராக இருத்தல் வேண்டும்.

மாவட்ட மன்றம்

மாவட்ட மன்றம் என்ற பெயரில் ஒவ்வொரு மாவட்ட அளவில் மாநில அரசு நுகர்வோர் சச்சரவுத் தீர்வு மன்றத்தினை ஏற்படுத்துகிறது. மாவட்ட மன்றம் ஒரு தலைவரையும் இரு உறுப்பினர்கயைும் கொண்டது. அதன் தலைவர் மாவட்ட நீதிபதியாகவோ அல்லது ஓய்வு பெற்ற மாவட்ட நீதிபதியாகவோ, மாவட்ட நீதிபதிக்கான தகுதி பெற்றவராகவோ இருக்க வேண்டும். உறுப்பினர்கள் வணிகவியல், வர்த்தகம், கல்வி போன்ற துறைகளில் சிறந்தவராக இருத்தல் வேண்டும். உறுப்பினர்களில் ஒருவர் சமூக சேவகியாக இருக்க வேண்டும். மாவட்ட அளவிலான புகார் மனுக்களை மாவட்ட மன்றம் ஏற்கும். பொருட்களின் மதிப்பு அல்லது சேவைகளின் மதிப்பு மற்றும் கோரும் நட்ட ஈட்டுத்தொகை ஐந்து இலட்சத்திற்குட்பட்டு மாவட்ட அளவில் எழும் பிரச்னைகளை மாவட்ட மன்றம் ஏற்கும். மாவட்ட மன்றம் மாவட்டத் தலைநகரில் அமைக்கப்படும்.

மாவட்ட மன்றத்தில் தரப்பட்ட புகார் மனு மீது எதிராளிக்கு அறிவிப்பு கிடைத்த நாளிலிருந்து 90 நாட்களுக்குள் தீர்வு காணவேண்டும். பொருட்கள் சோதனை மற்றும் பகுப்பாய்வுக்குட்பட்டதாயின் இக்காலக் கெடு 150 நாட்களுக்கு நீட்டிக்கப்படும் இக்காலக் கெடு மாநில மற்றும் தேசியக் குழுமங்களுக்கும் பொருந்தும்.

மாநிலக் குழுமம் – மாவட்ட மன்றத்தின் முன் புகார் தாக்கல் செய்யக் கடைப்பிடிக்க வேண்டிய நடைமுறைகள் :

பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோர் அல்லது அவரது அனுமதி பெற்ற முகவர் புகார் மனுவை நேரிலோ அல்லது பதிவுத் தபாலின் மூலமாகவோ தாக்கல் செய்யலாம். சாதாரண வெற்றுத்தாளில் கூட புகார் மனுக்கள் எழுதப்படலாம். நீதிமன்றக் கட்டணம் செலுத்தவோ, முத்திரைத் தாள் பயன்படுத்தவோ தேவையில்லை.

நுகர்வோர் கண்ணோட்டத்தில் நுகர்வோர் நீதிமன்றத்தில் வழக்கு குறித்த பல்வேறு நிலைகள் பின்வருமாறு :

1. அனைத்துத் தேவையான சான்றுகளையும் சேகரித்துத் தயாராக வைத்திருத்தல் வேண்டும். குற்றஞ்சாட்டுவது மட்டும் நிரூபணமாகாது. சில ஆவணச் சான்றுகள் அல்லது சாட்சிகள் தேவை.

2. குறிப்பிட்ட விபரங்கள் அடங்கிய, எழுதப்பட்ட புகார் மனு போதுமான நகல்களுடன் தாக்கல் செய்ய வேண்டும். நுகர்வோர் புகார் மனு தாக்கல் செய்வதற்கு முன்னர் நுகர்வோர் விற்பனையாளரை (எதிராளியை) அணுகி புகார் பற்றி அவருடைய கருத்தினை அறியலாம். ஏனெனில், மாவட்ட மன்றத்தில் புகார் செய்வதற்கு முன்னரே பல நேரங்களில் பிரச்சனைகள் தீர்க்கப்படுகின்றன.

3. ஒரு நபர் மற்றவருக்காகச் செயல்படும்பொழுது அந்நபரிடமிருந்து முகவராக பணியாற்ற அனுமதி பெற்றிருக்க வேண்டும்.

4. மாவட்ட மன்றத்திலிருந்து அறிவிப்புப் பெற்று விசாரணைக்கு நேரில் வரவேண்டும்.

5. எதிராளி அறிவிப்பு பெற்ற நாளிலிருந்து முப்பது நாட்களுக்குள் தன் எதிர் மனுவைத் தருவார். வாய்தா ஒத்திவைக்கக் கோரினால் அது நுகர்வோரால் எதிர்க்கப்பட வேண்டும். தேவையானல் எதிர்மனுவிற்குப் பதில் அளிக்கவேண்டும்.

6. மறு வாய்தா தினத்தில் வழக்காடுதலைத் தொடர்ந்து (தேவைப்படின் சாட்சிகள் கொண்டு வரப்படும்) குறுக்கு விசாரணையும் நடத்தலாம். இறுதியாக மாவட்ட மன்றம் தீர்ப்பாணை பிறப்பிக்கும். தேவையானால் பாதிக்கப்பட்டவர் மாநிலக் குழுமத்திற்கு குறித்த காலத்திற்குள் மேல் முறையீடு செய்யலாம்.

புகார் மனு கீழ்கண்ட விபரங்களைப் பெற்றிருக்க வேண்டும்.

1) புகாரின் தன்மை, விபரம் மற்றும் வழக்குத்தொடுப்பவரின் முகவரி

2) அறிந்தவரைக்கும் எதிராளியின் அல்லது எதிராளிகளின் புகார் தன்மை விபரம் மற்றும் முகவரி

3) புகார் எங்கு? எப்பொழுது? தோன்றியது என்ற விபரங்கள்

4) புகாரை நிரூபிக்கக்கூடிய ஆவணங்கள்

5) மனுதாரர் கோரும் நிவாரணம்.

6) மன்றத்தில் சான்றாவணங்களாக இடாப்பு, பணரசீது, பொருள் விநியோகச் சீட்டு, உத்திரவாத அட்டை மற்றும் அனைத்து ஆவணங்களையும் பார்வைக்குச் சமர்ப்பிக்க வேண்டும்.

7) மேற்கண்டவைகளோடு கையொப்பமிட்ட உளப்பூர்வ உறுதிச்சான்றிதழ் இணைக்கப்படவேண்டும்.

பகுப்பாய்வு மற்றும் சோதனைக்குட்பட வேண்டிய பொருட்களாயின் (எண்ணெய், தானியங்கள் போன்ற பொருட்களில் கலப்படம் குறித்து) மாவட்ட மன்றம் மனுதாரரை இரு மாதிரிகளைக் கொடுக்க உத்தரவிடும். விதிகளின்படி மாதிரி பொருட்களின் கட்டுமான முறையினை மாவட்ட மன்றத்திற்கு தெளிவா தெரிவிக்க வேண்டும். மாவட்ட மன்றம் இம்மாதிரிகளில் ஒன்றைத் தகுந்த சோதனைக் கூடத்திற்கு அனுப்பி வைக்கும்.

மனுதாரரோ அல்லது அவரின் முகவரோ குறித்த வாய்தா நாளில் மாவட்ட மன்றத்தில் ஆஜராக வேண்டும். குறித்த வாய்தா நாளில் மனுதாரரும் எதிராளியும் ஆஜராக வேண்டியது அவர்களது கடமை. இரு தரப்பினரில் ஒருவர் ஆஜராகத் தவறினாலும் மனுத் தள்ளுபடிச் செய்யப்படவோ, அல்லது தகுதி அடிப்படையில் தீர்ப்பளிக்கப்படவோ இயலும்.

இரு தரப்பினரையும் விசாரணை செய்து மாவட்ட மன்றம் தகுந்த ஆணையைப் பிறப்பிக்கும். ஆணை கீழ்க்கண்டவற்றில் ஏதேனும் ஒன்றாக இருக்காலம்.

அ) பொருட்களில் உள்ள குறைகளை நிவர்த்தி செய்தல்

ஆ) பொருளை மாற்றிக் கொடுக்க உத்தரவிடல்

இ) பெற்ற தொகையைத் திருப்பிக் கொடுக்க உத்தரவிடல்

ஈ) எந்த நட்டத்தையும் ஈடு செய்ய

உ) நியாயமற்ற வணிக முறைகளை நிறுத்த

ஊ) கேடு விளைவிக்கும் பொருட்களை விற்பதையும் சேவைகளையும் தடுத்தல்

எ) மனுதாரர் அல்லது அவரின் எதிராளிக்கு வழக்கு சார்ந்த மற்றும் இதர செலவுகளைக் கொடுக்க.

மாவட்ட மன்றத்தின் ஆணைக்குக் கீழ்ப்படாவிடில் சம்பந்தப்பட்ட தரப்பினருக்கு அபராதம் அல்லது சிறைத்தண்டனை அல்லது இரண்டுமே விதிக்கப்படும். கட்டணமின்றி மாவட்ட மன்றத்தின் தீர்ப்பாணை மனுதாரருக்கு தெரிவிக்கப்படும். இரு தரப்பினரில் திருப்தியடையாத நபர் மாநிலக் குழுமத்திற்கு மேல்முறையீடு செய்ய வழி உள்ளது. அதேபோன்று மாநிலக் குழுமத்தின் ஆணைக்கெதிராகவும் தேசியக்குழுமத்தில் மேல் முறையீடு செய்ய முடியும்.

1986–நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தின் நன்மைகள்

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் இயற்றப்பட்ட பின்னர் பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோர் கீழ்க்கண்ட வழிகளில் பயன் அடைகின்றார்.

1) வழக்கமான நீதிமன்றத்தில் வழக்குத் தொடராமல் நுகர்வோர் நீதிமன்றத்தில் வழக்குத் தொடரலாம். பல்லாண்டு நிலுவையில் உள்ள வழக்குகளினால் வழக்கமான நீதிமன்றங்களின் சுமை அதிகமாக உள்ளது. வழக்கமான நீதி மன்றங்களில் பொதுவாக வழக்கறிஞரின் பணியினை ஒருவர் ஏற்க வேண்டியுள்ளது. ஆனால் நுகர்வோர் நீதிமன்றத்தில் மனுதாரர்களே வழக்காடலாம்.

2) நுகர்வோர் நீதிமன்றத்தில் வழக்குகள் தன்மைக்குத் தகுந்தவாறு 90 அல்லது 150 நாட்களுக்குள் தீர்க்கப்படுகின்றன. வழக்கமான நீதிமன்றத்தில் காலம் தாழ்த்தும் வழி முறைகளினால் வழக்குகளுக்குப் பல்லாண்டுகள் கழித்துத் தீர்ப்பளிக்கப்படுகின்றன.

3) நுகர்வோர் நீதிமன்றத்தில் வழக்கு தாக்கல் செய்ய முத்திரைக் கட்டணம் செலுத்த வேண்டியதில்லை. சாதாரணக் காகிதத்திலும் வழக்கைத் தாக்கல் செய்யலாம்.

4) நுகர்வோர் நீதிமன்றத்தில் மனுதாரர் சிக்கலான வழிமுறைகளைப் பின்பற்ற வேண்டியதில்லை. சுருங்கக்கூறின், பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோர் விரைவாகவும் மிகக் குறைந்த செலவிலும் எளிதான நடைமுறையிலும் நீதி பெறுகிறார்.

பல வழக்குகளில் தேசியக்குழுமம், மாநிலக் குழுமங்கள் மற்றும் மாவட்ட மன்றங்களின் தீர்ப்புகளை அடிப்படையாகக் கொண்டு அடித்தள நுகர்வோர் நீதிமன்றங்கள் (மாவட்ட மன்றம், மாநில குழுமம்) வழக்குகளைத் தீர்மானிக்கின்றன. இதனால் தீர்ப்புகள் விரைவாக வழங்கப்படுகின்றன.

தமிழ்நாட்டில் நுகர்வோர் இயக்கம்

மத்திய அரசினால் 1986–நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் இயற்றப்பட்டபின் நமது தமிழக அரசு 1988–ல் இச்சட்டத்தை அமலாக்கி இதன் கீழ் தேவையான

விதிகளையும் ஏற்படுத்தியது. மாநிலக் குழுமத்தையும், மாவட்ட மன்றங்களையும் ஏற்படுத்தியது. நுகர்வோர் இயக்கம் நன்கு வளர்ச்சி பெற அனைத்து உதவிகளையும் செய்து வருகிறது. இன்று அனைத்து மாவட்டத் தலைமையிடங்களிலும் மாவட்ட நுகர்வோர் மன்றங்கள் இயங்கி வருகின்றன.

நுகார்வோர் பாதுகாப்பில் அரசின் பங்கு

1) நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களின் பணிகளைச் சிறப்புறச் செய்யக் குழுமம் மற்றும் மன்றங்களின் நீதித்துறை சாரா உறுப்பினர்களுக்கு அரசு பயிற்சி வகுப்புகளை நடத்தி வருகிறது.

2) நுகர்வோர் நலநிதி ஒன்று உருவாக்கப்பட்டுள்ளது. நுகர்வோர் உணர்வினை ஏற்படுத்தும் பல்வேறு நுகர்வோர் அமைப்புகளுக்கு நிதிஉதவி அளிக்கப்படுகிறது.

3) கிராமப்புற நுகர்வோர்க் கூட்டுறவுச் சங்கங்களையும் பொது விநியோக முறைகளையும் அரசு வலுப்படுத்துகிறது.

4) நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களின் சுமையினைக் குறைக்கும் வகையில் சச்சரவுகளைத் தீர்ப்பதற்காகத் தன்னிச்சை நுகர்வோர் அமைப்புகள் வளர்வதை அரசு ஊக்குவிக்கிறது.

5) ஒவ்வொரு ஆண்டும் மார்ச் 15–ம் நாள் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு தினமாக அனுசரிக்கப்பட்டு பொதுமக்களுக்குரிய உரிமைகளும், பொறுப்புகளும் புகட்டப்படுகின்றன.

6) தேசிய நுகர்வோர் அலுவல் நிறுவனம் அமைக்கப்பட்டு வருகிறது.

7) இந்திய நுகர்வோர் கூட்டமைப்பு ஒன்றும் உள்ளது

8) மைய அரசு, நுகர்வோர் அலுவல்களுக்காகத் தனியாக அமைச்சரகம் ஒன்றை ஏற்படுத்த உள்ளது.

நுகர்வோரியக்கத்தில் தன்னிச்சை அமைப்புக்களின் பங்கு

இதுகாறும் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தினைப் பற்றியும் நுகர்வோரின் நலன்களைப் பாதுகாக்கும் பொருட்டு அரசு எடுத்துள்ள நடவடிக்கைகளைப் பற்றியும் விரிவாக விளக்கினோம். அரசால் இயற்றப்பட்ட சட்டங்களும் விதிகள் மற்றும் நடைமுறைகளும் ஓரளவுக்குத்தான் நுகர்வோருக்கு உதவ முடியும். நாம் அனைவரும் நுகர்வோர்கள் என்ற கட்டமைப்பிற்குள் தன்னிச்சயைாக இணைந்து ஒரு மாபெரும் இயக்கமாகச் செயல்பட வேண்டும். அப்பொழுதுதான் நுகர்வோர் இயக்கமும் மற்றும் நுகர்வோர் பாதுகாப்பும் ஓர் உண்மைச் சூழலை அடையும். இந்த இறுதிக் குறிக்கோளினை அடைதலில் தன்னிச்சை அமைப்புகள் முக்கியப்

பங்காற்றுகின்றன. உலக, தேசிய, மாநில மற்றும் மாவட்ட நிலைகளில் பல தன்னிச்சை அமைப்புகள் உள்ளன.

உலக அளவில் "பன்னாட்டு நுகர்வோர் அமைப்புக்குழு" (The International organization of Consumers' Union) பன்னாட்டு நுகர்வோர் (Consumer International) உள்ளது. "கன்சுயுமர் இண்டர்நேசனல்" என்ற அரசு சாரா அமைப்பு ஒன்று வளர்ந்து உலக அளவில் உள்ள அனைத்து அரசு சாரா அமைப்புகளின் மைய அமைப்பாகக் கருதப்படுகிறது.

இந்தியாவில் சில தன்னிச்சை அமைப்புகளாவன

1) "இந்திய நுகர்வோர் வழிகாட்டிச்சங்கம்" என்ற இலாப நோக்கமற்ற மற்றும் அரசியல் சாரா அமைப்பு 1966–ல் நிறுவப்பட்டது. இவ்வமைப்பு ஒரு சில சமூக சேவகர்களாலும் ஒன்பது இல்லத்தரசிகளாலும் அமைக்கப்பட்டது. இவ்வமைப்பு இந்தியாவில் நுகர்வோரியக்கத்தின் முன்னோடியாக விளங்குகிறது. இன்று நாடெங்கிலும் இவ்வமைப்பு பரவியுள்ளது. இவ்வமைப்பு பல கிளைகளையும் ஆயுட்கால உறுப்பினர்களையும், சாதாரண உறுப்பினர்களையும் கொண்டுள்ளது.

2) நுகர்வோர் கல்வி மற்றும் ஆராய்ச்சி கழகம், அகமாதாபாத் (Consumer Education and Research Society, Ahmedabad)

3) நடவடிக்கைக்குழு, சென்னை

4) தமிழ்நாடு நுகர்வோர் அமைப்புகளின் கூட்டுக்குழு, சென்னை

5) தமிழ்நாடு நுகர்வோர் பாதுகாப்புக்குழு, திருச்சி

6) பொதுக் காரண அமைப்பு (Common Cause), புதுடெல்லி

7) தமிழ்நாடு வாடிக்கையாளர் மற்றும் நலக்குழு, சேலம்

இத்தன்னிச்சை அமைப்புகளின் பங்கும் பணிகளும் ஓரளவிற்கு ஒரே மாதிரியானவை. அவையாவன :

1) நுகர்வோர் வழிகாட்டல்

பொருட்காட்சிகள், கூட்டங்கள், செயல்முறைப் பயிற்சிகள் தொலைக்காட்சி மற்றும் வானொலி வழியாக நுகர்வோரிடையே விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துகின்றன. சமூக அமைப்புகள், மாதர் மன்றங்கள், மாணவர் கூட்டங்களிடையே நுகர்வோர் இயக்கத்தைப் பற்றி விளக்குகின்றன.

2) நுகர்வோர் கல்வி

நுகர்வோர்களுக்கு அறிவூட்ட பருவ இதழ்களை வெளியிடுகின்றன. பல திட்டங்கள் மூலமாக குறைந்த வருமானமுள்ள மக்களுக்குப் பயிற்சி பெற்ற

சமூக சேவகர்கள் அறிவூட்டுகின்றனர். நேர்மையற்ற வியாபாரிகளின் குறுக்கு வழிமுறைகள் வெளிப்படுத்தப்படுகின்றன. நுகர்வோரின் வாங்கும் சக்தி, நாணயம், திருப்தி முதலியவை உயர்த்தப்படுகின்றன.

3) நுகர்வோர் சார்பாக எடுத்துக் கூறத்தக்கவை

இத் தன்னிச்சை சங்கங்கள் அறிவுறுத்தும் அமைப்புகளான மையக் குழு, மாநிலக் குழு போன்றவற்றில் நுகர்வோர் சார்பாகப் பணியாற்றுகின்றன. பாராளுமன்றம் மற்றும் சட்டசபைகளின் உறுப்பினர்கள் மூலம் நுகர்வோருக்கு ஆதரவாக இவ்வமைப்புகள் குரல் கொடுக்கின்றன.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு குழு

நுகர்வோரின் குறைகளைக் கவனமாகக் கேட்கும் ஒரு அமைப்பாக உள்ளன. உற்பத்தியாளர், விநியோகிப்பாளர், கடைக்காரர் ஆகியோர் மீது தாக்கீது செய்யப்படும், புகார் மனுக்களை விசாரிக்கின்றன. நுகர்வோர்க்கான, நுகர்வோர் மற்றும் வழக்கமான நீதிமன்றங்களின் பொதுநல வழக்குகளைத் தொடுக்கின்றன.

நுகர்வோர் தடுப்பு

இந்திய சுதேசி இயக்கத்தின் அடிப்படையில் ஒரு வலுவான நுகர்வோர் தடுப்பு இயக்கத்தை உருவாக்கி வருகின்றன. ஏதேனும், ஒரு காரணத்தினால் விற்பனையிலிருந்து தடுக்கப்பட வேண்டிய பொருட்களைப் பட்டியலிட்டு சுற்றறிக்கை மூலம் பொது மக்களுக்குத் தெரிவிக்கின்றன. இத்தன்னிச்சை அமைப்புகள் மிகச் சிறந்த பலன்களைப் பெற்றுள்ளன. நுகர்வோரின் சார்பாக நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களில் நூற்றுக்கணக்கான வழக்குகளில் வெற்றியடைந்துள்ளன. சேவையில் குறைவு என்பது குறித்து சுவையான வழக்கு ஒன்றினை எடுத்துக்காட்டாகக் கொள்வோம்.

சில ஆண்டுகளுக்கு முன்னர் நாய்கடியால் குறித்த சுவையான வழக்கு ஒன்று அகமதாபாத்திலுள்ள நுகர்வோர் கல்வி மற்றும் ஆராய்ச்சி மையத்தினால் இந்திய ஆயுள் காப்பீட்டுக் கழகத்திற்கு எதிராக உச்சநீதிமன்றத்தில் தொடுக்கப்பட்டது. திட்டாவணத்தில் குறித்த காலக்கெடுவான 90 நாட்களுக்குப் பின்னர் விபத்துக்களினால் மரணமடையும் காப்பீடு பெறுநருக்கு வழங்கப்படும் நட்டஈட்டுத்தொகை குறித்து, இவ்வழக்கின் தீர்ப்பு ஒரு மைல்கல்லாக விளங்குகிறது. நாய்க்கடியினால் பாதிக்கப்பட்ட ஒருவர் 92 நாட்களுக்குப் பின்னர் இறந்தார். இந்திய ஆயுள் காப்பீட்டுக் கழகம் (LIC) காப்பீடு பெறுநரின் இறப்பு குறிப்பிட்ட காலக் கெடுவிற்குப் பின்னர் ஏற்பட்டது என்பதனைக் காரணம் காட்டி அவரின் கோருரிமையை நிராகரித்தது. உச்சநீதிமன்றம் இக்கோருரிமையை

ஏற்றது. உயிர்காக்கும் மருந்துகளும், மருத்துவத் துறையின் முன்னேற்றமும் ஒருவரின் இறப்பினைக் காலம் தாழ்த்தமுடியுமாதலால், இறப்பின் காரணமே முக்கியமான அம்சம் எனவும் இறப்பின் காலக் கெடுவைக் கருத்தில் கொள்ள வேண்டியதில்லை எனவும் உச்சநீதிமன்றம் கூறியது. இவ்வழக்கில் வெற்றியின் மூலம் இப்பொழுது நாய்கடி விபத்து மூலம் இறக்கும் ஆயிரக்கணக்கான பாதிக்கப்பட்டோரின் குடும்பங்கள் காப்பீட்டுப் பயன்களைப் பெறமுடிகிறது. தாராளமயமாக்கப்பட்ட பொருளாதாரக் கொள்கையின் காரணமாகப் பன்னாட்டு வணிக நிறுவனங்கள் இந்தியாவில் நுழைந்துள்ளன. அவற்றில் சில நுகர்வோரை சுரண்டும் நோக்கத்தோடு நியாயமற்ற வணிகமுறைகளைப் பின்பற்றக் கூடும். எனவே இக்காலகட்டத்தில் நுகர்வோராகிய நாம் விழிப்புணர்வுடன் இருத்தல் வேண்டும்.

நுகர்வோர் கல்வியியல் முறைசாரா கல்வி முறையின் ஒரு அங்கமாக விளங்குகிறது. இந்திராகாந்தி தேசிய திறந்தவெளிப் பல்கலைக்கழகம் அஞ்சல் வழிக் கல்வி மூலமாக சான்றிதழ் மற்றும் பட்டப் படிப்புகளை நடத்தி வருகிறது. நீங்கள் ஏன் இம்மாதிரிப் படிப்புகளில் சேரக் கூடாது? உங்களை ஏன் தகுதி வாய்ந்த நுகர்வோராக உருவாக்கிக் கொள்ளக்கூடாது? உங்கள் உரிமைகளையும் பொறுப்புகளையும் உணர்ந்து சமுதாயத்தில் விழிப்புணர்ச்சியை ஏற்படுத்திக் கொண்டு செய்யக்கூடாது? உள்ளூர் பெரியோர்களை வழிகாட்டியாகக் கொண்டு உங்கள் ஊரில் தன்னிச்சையாக நுகர்வோர் அமைப்புகளை அமைக்க ஏன் முயற்சி செய்யக்கூடாது?



வினாக்கள்

I சரியான விடையை தேர்ந்தெடுக்கவும்

1. நுகர்வோரியல் என்ற சொல் எந்த ஆண்டில் இருந்து வழக்கத்தில் உள்ளது.

அ. 1958 ஆ. 1954 இ. 1957 ஈ. 1960

2. நுகர்வோரியலின் தந்தை என கருதப்படுபவர் யார்?

அ. ரால்ப் நேடர் ஆ. மகாத்மா காந்தி

இ. திரு.ஜான் எப்.கென்னடி ஈ. ஹஜ்–பஸ்கிர்க் மற்றும் ஜேம்ஸ்

3. நுகர்வோர் பாதுகாப்புத் திருத்தச் சட்டம் இயற்றப்பட்ட ஆண்டு

அ. 1994 ஆ. 1990 இ. 1993 ஈ. 1988.

4. தேசியக் குழுமம் – மாநிலக் குழுமம் – மாவட்ட மன்றம் இவற்றில் உள்ள உறுப்பினர்களின் எண்ணிக்கை

அ. 3.3.5 ஆ. 3.3.3. இ. 1.3.5 ஈ. 3.2.4.

5. கீழ்வரும் நான்கில் எது நுகர்வோர் தொடர்பான சட்டத்தைக் கொண்டது?

அ. இந்திய நிறுமங்கள் சட்டம் 1956 ஆ. கூட்டாண்மை சட்டம் 1932
இ. இந்திய வருமானவரிச் சட்டம் 1961 ஈ. வாடகை கொள்முதல் சட்டம்–1972

6. மன்றம் – குழுமத்தின் ஆணையை மீறினால் தண்டனை

அ. அபராதம் (அ) சிறை தண்டனை அல்லது இரண்டும்

ஆ. மூன்று வருடம் வரை சிறை தண்டனை

இ. அபராதம் ரூபாய் 50,000 வரை

ஈ. ரூபாய் 15,000 வரை அபராதம்

7. அமெரிக்காவின் முன்னாள் ஜனாதிபதி திரு.ஜான் எப்.கென்னடி கூற்றின்படி நுகர்வோரின் உரிமைகள் என்பது

அ. பாதுகாப்பு உரிமை ஆ. அறிந்துகொள்ளும் உரிமை

இ. தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை ஈ. கருத்துக்கூறும் உரிமை
உ. மேலே உள்ள நான்கும்

8. 1986 நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் அமுலாக்கப்பட்ட நாள்

அ. 1.1.86 ஆ. 1.4.86

இ. 15.4.87 ஈ. 15.4.90

சரியான விடைகள்

1. ஈ	2. அ	3. இ	4. அ
5. ஈ	6. அ	7. உ	8. இ

II. கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக

1. விற்பாண்மை என்பது திறமையை அடிப்படையாகக் கொண்டு --------- இருந்து ----------- ஆக மாற்றுவது.
2. விற்பாண்மை என்பது -------, -------- இருவருக்கிடையே தொடர்பை உண்டாக்குவது.
3. எந்த ஒரு பொருளும் -------சென்றடைவதற்கு முன்னர் வழிகள் கடக்க வேண்டும்.
4. பொருட்களின் விற்பனைச் சட்டம் அமுலாக்கப்பட்ட ஆண்டு -------.
5. ------- நாள் ஒவ்வொரு ஆண்டும் நுகர்வோர் நாளாக கொண்டாடப்படுகிறது.
6. ஒவ்வொரு நிமிடமும் நுகர்வோர் ----------வுடன் இருக்க வேண்டும்.
7. நுகர்வோர் கோரும் நட்டம் சேவையில் --------- ஏற்பட்டதனால் விளையும் நட்டமாக இருத்தல் வேண்டும்.
8. தேசிய குழுமம் ஒரு தலைவரையும் ------- உறுப்பினர்களையும் கொண்டது.
9. பொதுவாக ----------- நாட்களில் நுகர்வோர் மன்றங்களில் வழக்குகள் தீர்வு காணப்படுகின்றன. சோதனை மற்றும் தெரிவு போன்ற காரணங்களால் ----- நாட்களில் தீர்வு காணப்படும்.

சரியான விடைகள்

1. மனிதனின் தேவையில், விருப்பமாக	6. விழிப்புடன்
2.விற்பனையாளர், வாங்குபவர்	7. பற்றாக்குறை
3.நுகர்வோரை	8. நான்கு
4.1930	9. 90, 150
5. 15 மார்ச்	

பொருத்துக

1. மகாத்மா காந்தியின் கூற்று	– 1) இந்தியா நுகர்வோர் வழிகாட்டல் சங்கம்
2. நுகர்வோர் சட்டம்	– 2) ரால்ப் நேடர்
3. நுகர்வோர் தன்னார்வ இயக்கம்	– 3) மாநில நுகர்வோர் குறை தீர்க்கும் குழுமம்
4. நுகர்வோரின் தந்தை 1930	– 4) விற்பனை பொருட்களின் சட்டம்
5. சட்டமுறை சார்ந்த நுகர்வோர் இயக்கம்	– 5) நுகர்வோர் என்பவர் பொருட்களை வாங்குபவர்

சரியான பதில்கள்

1 (5) 2 (4) 3(1) 4(2) 5(3)

III சிறு வினாக்கள்

1. நுகர்வோர் இயக்கம் என்ற சொல்லை விளக்குக?
2. நுகர்வோர் என்ற சொல்லை விளக்குக ?
3. திரு.ஜான் எப். கென்னடியின் கூற்றுப்படி நுகர்வோரின் உரிமைகள் யாது?
4. தேசிய குழுமம் சிறு குறிப்பு தருக.
5. தமிழ் நாட்டில் நுகர்வோர் இயக்கம்–சிறு குறிப்பு தருக.
6. விற்பாண்மை – வரைவிலக்கணம் தருக.
7. விற்பாண்மையின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.
8. சில்லறை விற்பனையாளரின் வகைகளை விளக்குக.
9. தனியாள் விற்பனை மற்றும் விற்பாண்மையை வேறுபடுத்துக.
10. மாநில குழுமம் சிறு குறிப்பு தருக.

IV பெருவினாக்கள்

1. விற்பாண்மையின் வகைகளை கூறுக.
2. நுகர்வோரியல் வரைவிலக்கணம் தருக? மற்றும் நுகர்வோர் எவ்வாறு சுரண்டப்படுகிறார்கள் என்பதை உதாரணத்துடன் விவரி.

3. இந்தியாவில் நுகர்வோரியலின் தோற்றம் மற்றும் வளர்ச்சியை விவரித்து எழுதுக.
4. நுகர்வோர் சார்ந்த சட்டங்கள் யாவை?
5. நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தின் (1986) தனித்தன்மைகளை எடுத்துரைக்க.
6. தமிழ்நாட்டில் நுகர்வோர் இயக்கம் – விரிவாக எடுத்துரைக்க.
7. எவ்வாறு நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் நுகர்வோருக்கு உதவி செய்கிறது ?

V கட்டுரை வினாக்கள்

1. நுகர்வோரின் உரிமை மற்றும் கடமைகளை விவரி.
2. நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டத்தின் அமைப்பை விவரி.
3. மாவட்ட குழுமம்–மாநில குழுமம் இவற்றில் குறை தெரிவிக்கும் முன்னர் பின்பற்றப்படும் வழிமுறைகளை விளக்குக.
4. நுகர்வோர் இயக்கத்தில் தன்னார்வு தொண்டு நிறுவனங்களின் பங்கை விவரி.
5. நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தின் தனித்தன்மைகளை விவரமாக எடுத்துரை.

BIBLIOGRAPHY / REFERENCES

1. Essentials of Commerce
   - Dr.O.R. Krishnaswamy
2. Principles and Practice of commerce
   - R.K. Sharma, Shashi K.Gupta, Arunmehra
3. Business and Society
   - K.V.Sundaram, Balagangadharan
4. Elements of Commerce
   - J.C. Sinha
5. Organisation of Commerce
   - S.A.Sherleker & Dr. P.C. Shejwalkar
6. Principles and practice of Commerce
   - J. Stephenson
7. Elements of Commerce
   - S.S.Gulshan & M.P.Gupta
8. Salesmanship & Publicity
   - Dr.M.M. Varma & R.K.Aggarwal
9. Modern Marketing
   - S.A.Sherlekar
10. Marketing Salesmanship & Advertising
    - M.S.Ramaswamy
11. Principles of Marketing & Salesmanship
    - J.C.Sinha
12. Fundamentals of Business Organisation & Management
    - Y.K. Bhushan
13. Principles and Practice of Marketing in India
    - C.B. Manoria & R.L.Joshi
14. Fundamentals of Selling
    - R.G.Walters & John W.Wingate

15. Business Organisation & Management
    - Prof.Sohrab R.Deva
16. A Text Book of Marketing
    - Prof.M.S.Arockiasamy
17. Electronic Commerce
    - Gary P.Schneider & James T. Perry.
18. International Business
    - 2nd Edition - Francis Cherunilam Wheeler Plushing, New Delhi.
19. Global Marketing Management
    - S.A. Sherlekar & V.S. Sherlekar, Himalaya Publishing House - New Delhi
20. Business Organisation
    - Principles & Practice J.C. Katyal, R.K.Sharma, Shasi Gupta Kalyani Publications - New Delhi

21. Indian Economy
- S.Sankaran - margham Publicaitons - Chennai.
22. Money, Banking International Trade and Public Finance.
- T.T. Sethi
23. Marketing Management
- T.Subbi Reddy
24. Marketing
- Rajan Nair
25. Modern Marketing Principles and Practice
- R.S.N.PILLAI, Bagavathi.
26. Website - Tnwarehouse
27. Indian Financial System & Commerical Banking
- P.N.Varshney
28. Elements of Commerce - Surajit Sengupta M.A